

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK
TABUNGAN PENDIDIKAN PADA BPRS PNM BINAMA
KANTOR KAS MIJEN**



TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat guna
Memperoleh Gelar Diploma Tiga**

Disusun Oleh:

MONICA ARDIAN

132503013

**PROGRAM D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2016



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp (024) 7608454 Semarang 50185
Website: febi_walisongo.ac.id – Email: febiwalisongo@gmail.com

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) Eksemplar
Hal : Naskah Tugas Akhir
An.Sdri. Monica Ardian

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya
bersama ini saya kirim naskah Tugas Akhir Saudari:

Nama : Monica Ardian
NIM : 132503013
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : Analisis strategi pemasaran produk tabungan pendidikan
pada bprs pnm binama kantor kas mijen

Dengan ini saya mohon kiranya Tugas Akhir Saudari tersebut
dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatian Bapak, saya
menyampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 18 Mei 2016

Pembimbing,



Mochammad Fauzi, SE., MM

NIP. 19730217 200604 1 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp (024) 7608454 Semarang 50185
Website: febi_walisongo.ac.id – Email: febiwalisongo@gmail.com

PENGESAHAN

Nama : Monica Ardian
NIM : 132503013
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN
PENDIDIKAN PADA BPRS PNM BINAMA KANTOR KAS
MIJEN”.

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan Predikat
cumlaud/baik/cukup, pada tanggal :

02 juni 2016

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memenuhi gelar Diploma Tiga dalam bidang
Perbankan Syariah

Semarang, 02 Mei 2016

Penguji I

H. Khoirul Anwar, M.Ag
NIP. 19690420 199603 1 002

Penguji II

H. Much Fauzi, SE, M.M
NIP. 19730217 200604 1 001

Penguji III

Dr. H.M. Saifullah, M. Ag
NIP. 19700321 199603 1 003



Penguji IV

H. Johan Arifin, S.AG., MM
NIP : 19710908 200212 1 001

Pembimbing

H. Much Fauzi, SE, M.M
NIP. 19730217 200604 1 001

MOTTO

Seberat apapun beban masalah yang kamu hadapi saat ini,
percayalah bahwa semua itu tidak pernah melebihi batas
kemampuan kamu,
karena ALLAH tidak akan memberikan suatu masalah kepada
hambanya,
yang sekiraNYA hambanya tidak dapat mengampunya

PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini penulis persembahkan teruntuk orang-orang yang selalu hadir dan yang selalu memberikan dorongan, perhatian, kasih sayang dalam hidup penulis. Terimakasih penulis ucapkan yang sebesar besarnya yaitu kepada;

- Bapak serta ibu yang telah sabar, penuh kasih sayangnya serta tulus ikhlas merawat serta mendidik dan mengajarkan segala kebaikan, serta ketulusan doa doa yang selalu dipanjatkan untuk kesuksesan anaknya
- Kakak serta adikku tersayang, yang selalu mendoakan keberhasilan saudaranya
- Teruntuk sahabatku Wahyu W, Elsa R.A. Atiyah S.F, Sherlly Y.A, Anneke D.A, yang telah memberi motifasi serta menemani hari hari penulis dikala bahagia dan sedih.
- Seseorang yang special (M. Nauval. A) yang telah membantu penulis dikala sedih dan senang dan selalu menjaga penulis dikala jauh dari orang tua
- Bapak M. Fauzi yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikirannya untuk membimbing penulis dalam penyusunan tugas akhir ini

- Bapak ibu dosen fakultas ekonomi dan bisnis, khususnya dosen program studi DIII perbankan syariah yang telah memberikan ilmu dalam dunia perbankan
- Staff serta pegawai BPRS PNM Binama semarang yang telah memberikan segenap ilmu serta informasi kepada penulis

Deklarasi

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa tugas akhir ini tidak berisipi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian tugas akhir ini tidak berisipi pikiran pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 18 Mei 2016

Deklarator,

Monica ardian



Abstrak

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang bergerak dibidang keuangan mikro. Yang memiliki beraneka ragam produk mulai dari pembiayaan, tabungan dan deposito. Namun kenyataan dimasyarakat masih banyak yang menganggap bahwa BPRS hanyalah tempat meminta pembiayaan, serta pemasaran produk produk tabungan dalam BPRS masih kurang diperhatikan, hal ini membuat penulis merasa perlu diadakanya penelitian guna peningkatan strategi pemasaran tabungan khususnya tabungan pendidikan yang masih kalah saing dengan produk tabungan yang lain meskipun bagi hasil yang diberikan cukup besar.

Permasalahan yang akan penulis teliti mengenai bagaimana cara pemasaran yang efektif guna peningkatan nasabah produk tabungan pendidikan pada BPRS PNM Binama Kantor Kas Mijen. Selain memiliki tujuan sebagai pengenalan produk kepada masyarakat juga sebagai penanaman kepercayaan masyarakat sekitar mijen dengan bank berbasis syari'ah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini mengumpulkan data melalui studi pustaka dan studi di lapangan yang bertempat di BPRS PNM Binama Kantor Kas Mijen, dalam bentuk pengamatan, dokumentasi atau wawancara. Adapun analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif.

Dalam Pemasaran produk tabungan pendidikan pada BPRS PNM Binama Kantor Kas Mijen, menggunakan berbagai strategi diantaranya, pertama menerapkan system jemput bola yaitu dimana marketing mendatangi nasabah dan atau calon nasabahnya dengan mengunjungi satu rumah ke rumah yang lain, hal ini sebagai servis atau layanan pihak bank juga sebagai media silaturahmi antara BPRS PNM Binama dengan nasabahnya. Strategi ke-dua yaitu dilakukan adalah dengan menerapkan bagi hasil yang besar yaitu setara dengan deposito 3 bulan. Strategi selanjutnya berupa beasiswa pendidikan bagi nasabah tabungan pendidikan dan melakukan berbagai promosi dalam media cetak maupun online.

KATA PENGANTAR

Syukur kehadiran ALLAH SWT atas rahmat serta hidayah dan pertolonganNya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah (tugas akhir) tugas akhir ini bertujuan untuk mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh dari kegiatan perkuliahan pada dunia usaha yang sebenarnya, khususnya di BPRS PNM BINAMA Semarang. Disamping itu, tugas akhir ini ditujukan untuk melengkapi persyaratan kelulusan program studi diploma Perbankan syariah fakultas ekonomi dan bisnis UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGGO SEMARANG.

Sebagai penulis pemula bukan hal yang mudah untuk menulis sebuah tugas akhir yang bermutu tinggi maka dengan kerendahan hati penulis menyajikan sebuah karya tulis ilmiah atau tugas akhir dengan judul ‘ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN PENDIDIKAN PADA BPRS PNM BINAMA KANTOR KAS MIJEN’.

Dalam proses pelaksanaan maupun peyusunan tugas akhir ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. ImamYahya. M.Ag selaku dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN WALISONGGO Semarang beserta staf
2. Bapak H. Johan Arifin,S.AG.,MM selaku Ketua Prodi D3 Perbankan Syariah
3. Bapak Mochammad Fauzi,SE.,MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk membimbing penulis dalam penulisan tugas akhir
4. BPRS PNM BINAMA yang telah memberikan ijin dan tempat magang
5. Manager, serta semua karyawan BPRS PNM BINAMA yang telah membimbing penulis selama magang
6. Orang tua, kakak, adik dan seluruh keluarga yang setia memberikan doa dan dorongan agar terselesaikannya tugas akhir ini
7. Teman-teman kelas yang secara tidak langsung membantu penulis sehingga dapat terselesaikannya laporan ini
8. Rekan – rekan magang di BPRS PNM BINAMA yang selalu memberikan semangat dalam bekerja
9. Serta semua pihak yang banyak berjasa sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan karya ilmiah (tugas akhir) ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun agar mejadikan karya ilmiah ini lebih sempurna dan sebagai acuan dalam peyusunan karya ilmiah-karya ilmiah mendatang. Semoga tugas akhir ini dapat bermafat bagi pembaca.

Semarang,18 MEI 2016

Monica ardian

132503013

Daftar isi

Halaman judul	i
Halaman persetujuan pembimbing	ii
Halaman pengesahan	iii
Halaman motto	iv
Halaman persembahan	v
Halaman deklarasi	vii
Halaman abstrak	viii
Kata pengantar	ix
Daftar isi	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	16
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	16
D. Tinjauan Pustaka	18
E. Metode Penelitian	20
F. Sistematika Penulisan	23

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Definisi strategi	26
B. Definisi Strategi Pemasaran	27
C. Definisi strategi pemasaran syariah	32
D. Tipe tipe strategi pemasaran	39
E. Pengertian tabungan	41
F. Akad yang digunakan	44
G. Landasan syariah	45
H. Landasan hukum	46

BAB III GAMBARAN UMUM BPRS PNM BINAMA

A. Sejarah berdirinya BPRS PNM Binama	49
B. Legalitas BPRS PNM Binama	50
C. Visi, misi BPRS PNM Binama	51
D. Tujuan BPRS PNM Binama	52
E. Struktur organisasi BPRS PNM Binama	57
F. Produk produk BPRS PNM Binama	72
G. Luas Lingkup Pemasaran	79

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Analisis Strategi pemasaran produk tab. Pendidikan	83
1. Segmentasi pasar	85
2. Targeting	85

3. Positioning	86
4. Marketing mix	86

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	99
B. Saran.....	101
C. Penutup	101

Daftar Pustaka

Lampiran Lampiran

BAB I

PENDAHULAN

A. Latar Belakang

Sejak awal kelahirannya, perbankan syariah dilandasi dengan kehadiran dua gerakan *renaissance islam modern : neorevivalis dan modernis*. Tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan berlandaskan etika ini adalah tidak lain sebagai upaya kaum muslim untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al Qur'an dan As-Sunah.

Upaya awal penerapan sistem profit dan loss sharing tercatat di Pakistan dan Malaysia sekitar tahun 1940-an yaitu adanya upaya pengelola dana jama'ah haji secara nonkonvensional. Perintisan institusional lainnya adalah islamic rural bank di desa Mit Ghamr pada tahun 1963 di Kairo, Mesir. Setelah dua rintisan awal yang cukup sederhana itu bank islam tumbuh dengan sangat pesat. Sesuai dengan analisa Prof. Khursid Ahmad dan laporan *International Association Of Islamic Bank*, hingga akhir 1999 tercatat lebih dari 200 lembaga

keuangan islam yang beroperasi di seluruh dunia, baik di Negara-Negara berpenduduk muslim maupun di Eropa, Australia, maupun Amerika¹.

Berkembangnya bank-bank syariah di negara-negara islam berpengaruh ke Indonesia pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar Ekonomi Islam mulai dilakukan. Para tokoh yang terlibat dalam kajian tersebut adalah Karnaen A. Perwataatmadja, M. Dawam Rahardjo, A.M. Saefudin, M.Amen Aziz, dan lain-lain. Beberapa ujicoba pada skala yang relatif terbatas telah diwujudkan. Diantaranya adalah Baitul Tamwil-Salman, Bandung, yang tumbuh mengesankan.

Akan tetapi, prakarsa lebih khusus untuk mendirikan bank islam di Indonesia baru dilakukan pada tahun 1990. Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus 1990 menyelenggarakan lokakarya bunga bank dan perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Hasil lokakarya tersebut dibahas lebih mendalam pada musyawarah nasional ke-4 MUI yang

¹Muhammad Syafi'I Antonio,"*Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta ,Gema Insani Press 2001, H, 18

berlangsung di Hotel Syahid Jaya Jakarta 22-25 Agustus 1990. Berdasarkan amanat munas ke-4 MUI, dibentuk kelompok kerja untuk mendirikan bank Islam di Indonesia. Kelompok kerja tersebut disebut dengan tim perbankan MUI, bertugas melakukan pendekatan dan konsultasi dengan semua pihak yang terkait².

Bank Muamalat Indonesia lahir sebagai hasil kerja tim perbankan MUI. Akta pendirian bank muamalat Indonesia ditanda tangani pada tanggal 1 November 1991 yang merupakan bank islam pertama di Indonesia. Pada awal pendirian bank Muamalat di Indonesia, keberadaan bank syariah ini belum mendapat perhatian yang optimal dalam tatanan industri Perbankan Nasional. Landasan hukum operasi bank yang menggunakan sistem syariah ini hanya dikategorikan sebagai bank dengan sistem bagi hasil, tidak terdapat rincian landasan hukum syariah serta jenis-jenis usaha yang diperbolehkan³.

Hal ini tercermin dengan adanya UU Dalam UU tersebut bank syari'ah dipahami sebagai institusi yang

²Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, H, 25

³Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, H 26

menyediakan pelayanan jasa dibidang perbankan yang didasarkan pada prinsip syari'ah namun selebihnya bank syari'ah harus tunduk kepada peraturan perbankan umum dari Bank Indonesia⁴.

Bank sebagai lembaga perantara jasa keuangan (*financial intermediary*), yang memiliki tugas pokok antara lain, menghimpun dana dari masyarakat, diharapkan dengan dana tersebut dapat memenuhi kebutuhan dana pembiayaan yang tidak disediakan oleh dua lembaga sebelumnya (swasta dan Negara). Indonesia sebagai Negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam, telah lama mendambakan kehadiran system lembaga keuangan yang sesuai tuntutan kebutuhan tidak sebatas financial namun juga tuntutan moralitasnya. Sistem bank mana yang dimaksud adalah perbankan yang terbebas dari praktik bunga (*free interest banking*). Sistem bank bebas bunga atau disebut pula bank islam atau bank syari'ah, memang tidak khusus diperuntukkan untuk sekelompok orang namun sesuai landasan Islam yang "*Rahmatal lil 'alamin*", didirikan guna melayani masyarakat banyak tanpa membedakan keyakinan yang

⁴ <http://digilib.uin-suka.ac.id/6905/1/BAB%201,V.pdf>, 3april 2016,14.34

dianut. Oleh karena itu, penulis membuat ini bermaksud agar para pembaca lebih memahami tentang Bank Syari'ah, terlebih dengan Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah.

Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPR-Syariah) adalah salah satu lembaga keuangan perbankan syariah, yang pola operasionalnya mengikuti prinsip-prinsip syariah ataupun muamalah islam. Bank Perkreditan Rakyat Syariah sendiri berdiri berdasarkan UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan dan Peraturan Pemerintah (PP) No. 72 Tahun 1992 tentang Bank, Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil. Pada pasal 1 (butir 4) UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas UU No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan, disebutkan bahwa BPRS adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

BPR yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah selanjutnya diatur menurut Surat Keputusan Direktur Bank Indonesia No. 32/36/KEP/DIR/1999 tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Perkreditan Rakyat berdasarkan prinsip syariah. Dalam

hal ini, secara teknis BPR Syariah bisa diartikan sebagai lembaga keuangan sebagaimana BPR konvensional, yang operasinya menggunakan prinsip-prinsip syariah terutama bagi hasil. Istilah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dikenalkan pertama kali oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI) pada akhir tahun 1977, ketika BRI mulai menjalankan tugasnya sebagai Bank pembina lumbung desa, bank pasar, bank desa, bank pegawai dan bank-bank sejenis lainnya. Pada masa pembinaan yang dilakukan oleh BRI, seluruh bank tersebut diberi nama Bank Perkreditan Rakyat (BPR).

Menurut Keppres No. 38 tahun 1988 yang dimaksud dengan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah jenis bank yang tercantum dalam ayat (1) pasal 4 UU. No. 14 tahun 1967 yang meliputi bank desa, lumbung desa, bank pasar, bank pegawai dan bank lainnya. Status hukum Bank Perkreditan Rakyat (BPR) pertama kali diakui dalam pakto tanggal 27 Oktober 1988, sebagai bagian dari Paket Kebijakan Keuangan, Moneter, dan perbankan. Secara historis, BPR adalah penjelmaan dari beberapa lembaga keuangan, seperti Bank Desa, Lumbung Desa, Bank Pasar, Bank Pegawai Lumbung

Pilih Nagari (LPN), Lembaga Perkreditan Desa (LPD), Badan Kredit Desa (BKD), Badan Kredit Kecamatan (BKK), Kredit Usaha Rakyat Kecil (KURK), Lembaga Perkreditan Kecamatan (LPK), Bank Karya Desa (BKPD) dan atau lembaga lainnya yang dapat disamakan dengan itu. Sejak dikeluarkannya UU No. 7 tahun 1992 tentang Pokok Perbankan, keberadaan lembaga-lembaga keuangan tersebut status hukumnya diperjelas melalui izin dari Menteri Keuangan.

Dalam perkembangan selanjutnya perkembangan Bank Pembiayaan Rakyat yang tumbuh semakin banyak dengan menggunakan prosedur-prosedur Hukum Islam sebagai dasar pelaksanaannya serta diberi nama BPR Syariah. BPR Syariah yang pertama kali berdiri adalah PT. BPR Dana Mardhatillah, kec.Margahayu, Bandung, PT. BPR Berkah Amal Sejahtera, kec.Padalarang, Bandung dan PT. BPR Amanah Rabbaniyah, kec.Banjaran, Bandung. Pada tanggal 8 Oktober 1990, ketiga BPR Syariah tersebut telah mendapat izin prinsip

dari Menteri Keuangan RI dan mulai beroperasi pada tanggal 19 Agustus 1991⁵.

Selain itu, latar belakang didirikannya BPR Syariah adalah sebagai langkah aktif dalam rangka restrukturasi perekonomian Indonesia yang dituangkan dalam berbagai paket kebijakan keuangan, moneter, dan perbankan secara umum. Secara khusus mengisi peluang terhadap kebijakan bank dalam penetapan tingkat suku bunga (rate of interest) yang selanjutnya secara luas dikenal sebagai sistem perbankan bagi hasil atau sistem perbankan Islam dalam Skala Outlet Retail Banking (Rural Bank).

UU No.10 Tahun 1998 Yang Merubah UU No.7 Tahun 1992 Tentang Perbankan nampak lebih jelas dan tegas mengenal status perbankan syariah, sebagaimana disebutkan dalam pasal 13, Usaha Bank Perkreditan Rakyat. Pasal 13 huruf C berbunyi: Menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan prinsip syariah, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh

⁵<https://acankende.wordpress.com/2010/11/28/bank-perkreditan-rakyat-bpr-syariah/> 24/01/2016/10.56

Bank Indonesia. Keberadaan BPRS secara khusus dijabarkan dalam bentuk SK Direksi BI No. 32/34/Kep/Dir, tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Umum berdasarkan Prinsip Syariah dan SK Direksi BI No. 32/36/Kep/Dir, tertanggal 12 Mei 1999 dan Surat Edaran BI No. 32/4/KPPB tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Perkreditan Rakyat berdasarkan prinsip syariah.

Perkembangan bank syariah dari awal keberadaannya hingga November 2001 terdapat 81 BPRS. BPRS tersebut distribusi jaringan kantor tersebar pada 18 provinsi yang berada di Indonesia.⁶ Salah satu lembaga keuangan di Indonesia dengan prinsip syariah yang memiliki tujuan untuk mengembangkan ekonomi menengah kebawah adalah Bank Perkreditan Rakyat Syariah. Karena dengan adanya BPRS memberikan kontribusi positif bagi perkembangan Ekonomi Islam khususnya serta kesejahteraan masyarakat kalangan bawah.

⁶<https://acankende.wordpress.com/2010/11/28/bank-perkreditan-rakyat-bpr-syariah/> 24/01/2016/10.56

BPRS PNM BINAMA merupakan salah satu lembaga keuangan di Semarang, yang berbasis syariah sehingga digemari masyarakat di Kota Semarang, serta memiliki beberapa produk tabungan unggulan diantaranya tabungan taharoh, tabungan pendidikan, tabungan jumroh dan tabungan taharoh khusus. Dari beberapa tabungan tersebut, tabungan pendidikan termasuk dalam produk yang memiliki banyak peminat di Daerah Mijen khususnya. Dalam tabungan pendidikan ini menggunakan akad mudhorobah muthlaqah yang bertujuan memenuhi kebutuhan pendidikan dimasa depan dengan sistem bagi hasil yang menguntungkan.

Mudhorobah muthlaqah adalah bentuk kerjasama antara shohibul maal dan mudhoriib yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha khusus, waktu, dan daerah bisnis. Dalam pembahasan fiqih ulama salafus saleh seringkali dicontohkan dengan ucapan *af'al ma syi'ta* (lakukanlah sesukamu) dari shohibul maal ke mudhorib yang memberi kekuasaan sangat besar. Keuntungan usaha dibagi menurut kesepakatan dan dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama

kerugian bukan diakibatkan oleh kesalahan pengelola dana. Seandainya terjadi kerugian dan itu merupakan kelalaian dari pengelola maka pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.⁷ Seperti tercantum dalam firman ALLAH SWT dalam surah Al Muzzammil ayat 20

وَأَخْرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ ۚ وَأَخْرُونَ

يُقْتَلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ۚ

“... dan dari orang-orang yang berjalan dimuka bumi mencari sebagian karunia Allah SWT ...”.

Yang menjadi argumen dari surah al muzzammil ayat 20 adalah kata kata *yadhribun* yang sama dengan akar kata *mudhorobah* yang berarti melakukan suatu perjalanan usaha.⁸

Untuk dapat menunjang kebutuhan dan keinginan nasabah, maka dari pihak bank perkreditan rakyat

⁷Muhammad syafi’I Antonio, *bank syariah dari teori dan praktik*, h, 196

⁸Muhammad syafi’I Antonio, *bank syariah dari teori dan praktik*, h, 95

syariah sendiri seharusnya melakukan inovasi dalam segi pemasarannya, supaya dapat memperluas pangsa pasar dengan begitu dapat meningkatkan jumlah nasabah dan meningkat pula perputaran uang dalam bank tersebut.

Maka BPRS PNM Binama melakukan inovasi yaitu menerapkan sistem jemput bola pada nasabah yaitu sistem yang menerapkan mencari nasabah dengan mendatangi nasabah satu persatu sehingga secara perlahan masyarakat menjadi percaya dan yakin pada lembaga kita juga dapat membantu masyarakat yang ingin menyalurkan dananya meskipun dalam keadaan sibuk, namun tetap menyisihkan sebagian waktu dan dananya untuk ditabungkan dalam produk-produk tabungan BPRS PNM Binama khususnya tabungan pendidikan. Dimana tabungan ini dapat digunakan untuk membiayai biaya sekolah anak nasabah maupun nasabah yang masih menempuh pendidikan, yang semakin tahun akan semakin meningkat biayanya. Karena pendidikan dijamin seperti ini adalah suatu hal yang menjadi wajib agar dimasa depan dapat menjadi sukses dan dapat membanggakan orang tua. Sehingga BPRS PNM Binama

mengambil peluang ini dan disalurkan kedalam produk tabungan pendidikan.

Berdasarkan data yang kami peroleh pada saat magang maka metode yang digunakan ini masih belum efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah. Produk tabungan pendidikan sendiri masih menduduki ranking nomor dua diantara produk-produk lain yang tersedia di BPRS PNM Binama Kantor Kas Mijen. Sedangkan jika dilihat dari bagihasil yang diberikan tabungan pendidikan tidak kalah menguntungkannya dibanding produk lain. Sebagai indikator untuk mengetahui bahwa strategi pemasaran tersebut berhasil yaitu dengan melihat jumlah nasabah pertahunnya yang selalu mengalami peningkatan.

Sebagai berikut saya lampirkan data-data mengenai jumlah rekening nasabah dan neraca keuangan BPRS PNM BINAMA Kantor Kas Mijen secara singkat.

Jumlah Rekening Nasabah BPRS PNM
BINAMA Kantor Kas Mijen Per Desember

NO	Produk	2013	2014	2015
1	Tab.Tharoh	461	826	1.103
2	Tab. Pendidikan	196	376	530
3	Tab. Haji	8	16	20
4	Tab. Thaharoh khusus	0	0	0

Lampiran data keuangan BPRS PNM BINAMA kantor kas mijen, JANUARI 2016

Dapat terlihat dari data jumlah rekening diatas bahwa tabungan pendidikan pada BPRS PNM Binama masih kurang diminati dan hanya menduduki ranking nomor 2(dua) diantara produk produk tabungan yang tersedia. Sebagai data tambahan lainnya penulis menambahkan data pemasukan keuangan tahun terdahulu secara singkat.

Neraca Keuanganan BPRS PNM BINAMA Kantor Kas Mijen dalam ribuan

NO	Produk	2013	2014	2015
1	Tab.Taharoh	438.103	1.206.533	1.616.084
2	Tab. Pendidikan	105.928	222.447	295.874

3	Tab. Haji	81.561	2545	34.938
4	Tab. Thaharoh Khusus	0	0	0

Lampiran data keuangan BPRS PNM BINAMA, kantor Kas Mijen JANUARI 2016

Pada data diatas dapat terlihat bahwa pemasukan dana tabungan pendidikan masih menduduki peringkat kedua setelah tabungan thaharoh. Oleh sebab itu penulis ingin mengangkat materi mengenai tabungan pendidikan ini untuk diteliti dan dianalisa lebih lanjut.

Untuk menentukan strategi pemasaran digunakan efektif atau tidak, tentu harus berdasarkan pada pemahaman yang baik dan sistematis dari para nasabah sebagai pengguna jasa tersebut. Hal tersebut meningkatkan keberhasilan suatu pemasaran yang sangat bergantung pada pemahaman perilaku nasabahnya. Semakin pentingnya strategi pemasaran yang diterapkan pada suatu perusahaan, maka juga akan menentukan mutu perusahaan itu sendiri karena dapat mempengaruhi jumlah nasabah serta pendapatan bank itu sendiri. Dengan latar belakang seperti dijelaskan diatas maka penelitian ini akan membahas tentang BPRS PNM Binama Kantor Kas Mijen dengan judul penelitian

“Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pendidikan Pada BPRS PNM Binama Kantor Kas Mijen”.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana analisis strategi pemasaran yang dilakukan BPRS PNM Binama Kantor Kas Mijen guna meningkatkan nasabah tabungan pendidikan?

C. Tujuan dan manfaat penelitian?

1. Tujuan penelitian
 - a. Untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran tabungan pendidikan pada BPRS PNM Binama Kantor Kas Mijen
2. Manfaat penelitian
 - a. Bagi penulis
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta sebagai bentuk implementasi teori yang didapat dibangku kuliah dengan realita yang ada, serta dapat memberi sumbangan pemikiran mengenai strategi

pemasaran yang dilakukan oleh BPRS PNM Binama

b. Bagi BPRS PNM Binama

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang positif bagi BPRS guna kemajuan dan kelangsungan hidup BPRS PNM BINAMA khususnya Kantor Kas Mijen agar menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya.

c. Bagi masyarakat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan menjadi referensi tambahan bagi masyarakat untuk menenal produk produk, profil BPRS PNM Binama serta jasa-jasa yang tersedia di BPRS PNM Binama

d. Bagi program studi D3 perbankan syariah

Sebagai tambahan referensi dan informasi, khususnya bagi D3 Perbankan syariah mengenai strategi pemasaran untuk meningkatkan nasabah pada

produk tabungan pendidikan di BPRS
PNM BINAMA.

D. TINJAUAN PUSTAKA

Sebagai rujukan penulis dalam penulisan tugas akhir sebagai berikut adalah refrensi karya ilmiah yaitu,

Tugas akhir berkenaan dengan strategi pemasaran yakni penelitian yang ditulis oleh Nur Hasan Mudzakir pada tahun 2014 yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Produk BMT Harapan Ummat Kudus. Metode yang digunakan oleh penulis juga dengan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif (menganalisa data dengan cara mendeskresikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya. Adapun metode pengumpulan datan penelitian berdasarkan, interview, observasi dan dokumtasi⁹.

Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Harapan Ummat Kudus pada produknya yaitu dengan menggunakan *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* selain

⁹ Nur Hasan Mudzakir, 'Analisis Strategi Pemasaran Produk BMT Harapan Ummat Kudus', Tugas Akhir, Semarang: uin walisonggo, 2014, h, 4, t, d.

mengembangkan bauran. yang menjadi keuangulan dari strategi pemasaran ini adalah penggunaan strategi jempuit bola dengan mendatangi nasabah secara langsung untuk menghimpun dana.

Penelitian kedua yang juga berkenaan dengan Strategi Pemasaran yakni Penelitian yang ditulis Mega Ratna Sari pada tahun 2015 yang berjudul Strategi Pemasaran Produk Tasaqur di KJKS Binama Tlogosari Semarang. Metode yang digunakan oleh penulis juga dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Latar penelitian ini memiliki karakteristik yaitu: kualitatif, kerja lapangan, instrument utamanya adalah badan atau lembaga sosial, dan sifat deskriptif (menguraikan hasil penelitian dengan apa adanya). Adapun sumber data penelitian yang digunakan adalah: wawancara, observasi, dan dokumentasi¹⁰.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa KJKS Binama Tlogosari Semarang menggunakan Strategi Pemasaran dengan memasarkan Produk Tasaqur

¹⁰ Mega Ratna Sari, 'Strategi Pemasaran Produk Tasaqur di KJKS Binama Tlogosari Semarang', tugas akhir; uin walisonggo, 2014, h, 5, t, d

dilakukan oleh staf marketing mendatangi rumah anggotanya memberikan edukasi tentang produk Tasaqur.

E. METODE PENELITIAN

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowbaal*, teknik pengumpulan dengan *trianggulasi* (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.¹¹ Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari seseorang dan perilaku yang dapat diamati.

2. Lokasi Penelitian

¹¹Gugiono, *Metode Penelitian Pendidikan(pendekatan kuantitatif,kualitatif,dan 3AD)*,bandung;alfabeta,2010, h, 15

Penelitian ini dilakukan pada BPRS PNM BINAMA Kantor Kas Mijen yang beralamat di Ruko Jatisari Indah Blok C no 9. Mijen Semarang.

3. Sumber data

Guna menunjang suatu penelitian dibutuhkan sumber data, untuk mempermudah dalam memecahkan masalah. Data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi data primer dan data sekunder yang berarti:

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dapat berupa opini subyek, secara individual, observasi suatu benda, atau hasil pengujian.¹² Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan, cs, dan marketing Kantor Kas Mijen.
- b. Data Sekunder adalah data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip baik yang dipublikasikan

¹² Mohammad Fauzi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Walisongo Press: Semarang, 2009, h, 166

maupun yang tidak dipublikasikan. Dalam penelitian ini data sekunder berupa dokumen dokumen, slip, brosur akad, data jumlah nasabah serta informasi lain yang tertulis dan berkaitan dengan strategi pemasaran dalam persaingan.

4. Metode pengumpulan data

a. Metode wawancara

Metode yang menggunakan serentetan pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu persatu pertanyaan diperdalam untuk mengorek keterangan lebih lanjut. Pencarian data dengan teknik ini dilakukan dengan cara tanya jawab melalui wawancara dengan pegawai dibidang, CS, dan Marketing.¹³

b. Metode Observasi

Observasi yaitu teknik yang menurut suatu pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian. Pada waktu melakukan observasi, peneliti dapat ikut dalam berpartisipasi atau hanya mengamati orang-orang yang sedang

¹³ S. Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta; Rineke cipta, 1996, h, 301

melakukan kegiatan dalam strategi pemasaran tabungan pendidikan¹⁴.

c. Metode dokumentasi

Merupakan data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat dan agenda. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya monumental dari seseorang dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik dokumntasi untuk memperoleh data tentang strategi pemasaran dan oprasional tabungan pendidikan di PT. BPRS PNM BINAMA kantor Kas Mijen.

F. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan pada bab pertama ini didasarkan pada masalah secara umum. Bab ini terdiri dari lima sub bab, yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

¹⁴ Mohammad Fauzi , *Metode Penelitian Kuantitatif*, h,166

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang digunakan dalam proses analisis data ini menggambarkan tentang pengertian strategi, pengertian strategi pemasaran, pengertian tabungan, akad yang digunakan dan dasar hukum.

BAB III GAMBARAN UMUM PT BPRS PNM BINAMA

Berisi tentang sejarah berdirinya PT BPRS PNM BINAMA, Legalitas, Visi Dan Misi, Tujuan BPRS PNM BINAMA, struktur organisasi dan tugas, produk produk.

BAB IV PEMBAHASAN

Analisis Strategi pemasaran produk tabungan pendidikan di BPRS PNM BINAMA Kantor Kas Mijen

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan, saran dan penutup

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN LAMPIRAN

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Definisi Strategi

Strategi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan dan sebagai berikut definisi dari strategi. Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, mengerahkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis.

Menurut Ali hasan, dalam bukunya *Marketing Bank Syariah*, bahwa inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik dibenak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian menjadi yang baik.¹

¹Ali hasa,*Marketing Bank Syariah*,Bogor;Ghalia Indonesia,2010,H.29

Tujuan utama perencanaan strategi adalah membantu perusahaan memilih dan mengelola usaha bisnisnya sehingga perusahaan tetap sehat walaupun peristiwa yang tidak diharapkan melanda bidang usaha atau lini produk tertentu². Untuk mencapai apa yang diinginkan oleh perusahaan, perencanaan strategi memerlukan tiga kegiatan kunci pertama pengelolaan unit unit usaha bisnis perusahaan menjadi portofolio investasi, kedua mengevaluasi kekuatan setiap unit bisnis secara tepat dengan mempertimbangkan tingkat pertumbuhan pasar serta kesesuaian tiap-tiap perusahaan di pasar tersebut, ketiga untuk tiap unit bisnis perusahaan perlu melakukan pengandaian untuk mencapai tujuan jangka panjang³.

B. Definisi Strategi Pemasaran

Supranto, dalam bukunya *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, mengatakan bahwa, Pemasar adalah organisasi pemasaran yang terdiri dari

²Herry Sutanto& Khaerul Umam,*Manjemen Pemasaran Bank Syariah*,Bandung;Pustaka Setia,2013 ,h,44

³Herry Sutanto& Khaerul Umam, *Manjemen Pemasaran Bank Syariah*.h,45

organisasi bisnis pencari laba dan nirlaba seperti rumah sakit, kantor pengacara, biro jasa⁴. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran⁵. Menurut M. Nur Riayanto, dalam bukunya *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah* mengatakan bahwa Pemasar merupakan suatu seni menjual produk, sehingga pemasaran proses penjualan yang dimulai dari perencanaan produk sampai dengan setelah produk tersebut terjual⁶.

M. Nur Riayanto, dalam bukunya *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah* mengutip kata kata dari, Kotler dan AB Susanto(2000) definisi pemasaran adalah, ' suatu proses sosial dan manajerial dimana individual dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu, yang bernilai satu sama lain'. Definisi ini berdasarkan pada konsep inti; kebutuhan, keinginan, dan permintaan, produk, nilai,

⁴Supranto, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, Jakarta; Mitra Wacana Media ,2011,h,4

⁵ Malayu.S.P. Hasibuan, *Dasar Dasar Perbankan*, PT.Jakarta; Bumi Aksara, 2006 H,143

⁶ M. Nur Riayanto, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung; Alfabeta, 2012, H, 5

biaya, dan kepuasan, pertukaran, transaksi, dan hubungan pasar, pemasaran dan pemasar⁷

Sofjan assauri, dalam bukunya *Manajemen pemasaran dasar, konsep, dan strategi*, mengutip dari *American Marketing Association* 1960 menyatakan pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai konsumen. Menurut pandangan luas menyatakan, pemasaran merupakan proses kegiatan yang mulai jauh sebelum barang atau bahan-bahan masuk dalam proses produksi⁸. Pemasaran dapat berarti lain yaitu, kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran⁹

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan, dan aturan yang memberi arah kepada usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan

⁷ M. Nur Rianto, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*. H, 6

⁸ Sofjan assauri, *Manajemen pemasaran dasar, konsep, dan strategi*, jakarta:rajawali pers, 2013,h,3

⁹ Sofjan assauri, *Manajemen pemasaran dasar, konsep, dan strategi*,h, 5

perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan yang selalu berubah¹⁰.

Menurut Supranto, dalam bukunya *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Strategi pemasaran adalah berusaha mencari untuk memberikan kepada konsumen nilai lebih dibandingkan dengan pesaingnya, namun masih mampu mendatangkan keuntungan atau laba perusahaan. Strategi pemasaran dirumuskan berdasarkan bauran pemasaran (marketing mix) yaitu mencakup penentuan fitur produk, harga, komunikasi, distribusi, dan pelayanan yang akan memberikan konsumen suatu nilai lebih¹¹.

Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula dalam bukunya yang berjudul *Syariah Marketing* mengutip dari pendapat profesor philip kotler yang mendefinisikan pemasaran sebagai ‘sebuah proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan ingin melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran

¹⁰Sofjan assauri, *Manajemen pemasaran dasar,konsep, dan strategi*, h, 168

¹¹Supranto, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*,H,5

produk produk atau value dengan pihak lainnya'¹². Strategi pemasaran adalah proses perencanaan dan implementasi kebijakan perusahaan untuk mewujudkan tujuan-tujuan perusahaan yang sesuai dengan visi perusahaan¹³.

Dalam arti sempit strategi pemasaran serangkaian cara tertentu yang dikembangkan oleh pemasar untuk mencapai tujuan akhir yang diinginkan berkaitan dengan pasar. Dalam arti luas yaitu strategi pemasaran terdiri dari tujuan, strategi, dan taktik. Tujuan merupakan tujuan yang hendak dicari. Strategi merupakan saranan untuk mencapai tujuan. Taktik adalah pelaksanaan tindakan jadi tujuan pemasaran untuk meningkatkan pangsa pasar dilakukan dengan strategi mengubah lini produk produk untuk mencapai segmen pasar baru, dan taktik memperkenalkan merek baru dan berbagai promosi untuk pasar sasaran¹⁴.

¹² Kertajaya. Hermawan Dan Muhammad Syakir Sulla, *Syariah Marketing*, PT.Mizan Pustaka, 2006 ,H,26

¹³ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta; Erlangga, 2012, H,40

¹⁴ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, H, 41

C. Definisi Strategi Pemasaran syariah

Pemasaran syariah menurut definisi adalah penetapan suatu disiplin bisnis strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Menurut Hermawan Kertajaya, nilai inti dari pemasaran syariah adalah integritas dan transparansi, sehingga marketer tidak boleh bohong dan orang membeli karena kebutuhan dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, bukan karena diskonya atau keinginan sesaat¹⁵. Syariah marketing adalah sebuah disiplin bisnis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *steakholder*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam islam¹⁶.

Terdapat konsep pemasaran yang disebut sebagai syariah *marketing strategy* yang bertujuan memenangkan *mind-share*, syariah *marketing mix* yang bertujuan memenangkan *market share*¹⁷.

¹⁵ M. Nur Rianto, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*, h,20

¹⁶ Kertajaya Hermawan Dan Muhammad Syakir Sulla, *Syaariah Marketing*, h,xxvi

¹⁷ Kertajaya Hermawan Dan Muhammad Syakir Sulla, *Syaariah Marketing*, h, xxx

1. Syariah Marketing Strategy meliputi,

a. Segmentasi pasar

Segmentasi adalah kelompok besar yang dapat diidentifikasi dalam satu pasar yang mempunyai kelompok persyaratan tertentu dengan perilaku yang tidak jauh berbeda¹⁸.

b. Targeting

Targeting yaitu pengamatan pasar dengan alat-alat untuk mengevaluasi pasar yang telah dipilah pilah berdasarkan variabel yang direncanakan dan pemilihan segmen pasar yang akan dibidik¹⁹.

c. Positioning

Segala hal yang dilakukan dalam rangka membangun rasa kepercayaan, keyakinan, motivasi untuk membeli, persepsi kualitas, dan kepuasan rasional serta emosional dari para

¹⁸ Hendro, *dasar dasar kewirausahaan*, Jakarta: erlanga, 2011, h, 384

¹⁹ Hendro, *dasar dasar kewirausahaan*, h, 386

konsumen sehingga mereka dengan sukarela membelinya²⁰.

2. Marketing mix (bauran pemasaran)

Dalam ilmu marketing kita mengenal konsep klasik marketing mix untuk melakukan penetrasi pasar, yaitu menembus pasar memerlukan beberapa strategi terhadap masing-masing komponen yang terdiri dari produk, harga, tempat atau saluran, promosi, dan dalam perkembangannya mengalami penambahan menjadi orang, bukti fisik, dan proses²¹.

M. Nur Rianto, dalam bukunya *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah* mengutip dari Kotler (2000). Bauran pemasaran atau marketing mix, adalah perangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan produk, price, promotion, place yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan

²⁰ Hendro, *dasar dasar kewirausahaan*, h,387

²¹ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, Bandung; Pustaka Setia, 2013, h,291

dalam pasar sasaran²². Sehingga bauran pemasaran dapat diartikan sebagai perpaduan seperangkat alat pemasaran yang bersifat dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai upaya mencapai tujuan perusahaan. Berikut ini dijelaskan secara singkat mengenai masing masing unsur bauran pemasaran.

1. Product(produk)

Unsur dalam produk mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk barang, merek yang akan ditawarkan atau ditempelkan pada produk tersebut, fitur yang ditawarkan didalam produk tersebut, pembungkus, garansi, dan servis sesudah penjualan. Produk secara garis besar dibagi menjadi produk barang dan produk jasa²³. Dalam hal ini perbankan maupun BPRS menerapkan produk jasa.

2. Price (harga)

²² M. Nur Rianto, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*, h, 14

²³ M. Nur Rianto, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*, h, 14

Setiap produk atau jasa yang ditawarkan dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan, oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar²⁴. Pengertian harga menurut perbankan syariah bisa dianalogikan dengan melihat seberapa besar pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dalam bentuk jasa yang setimpal atas pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen²⁵.

3. Place(tempat)

Sebuah perusahaan tidak akan berhasil jika tidak didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik pula, untuk menjual jasa yang ditawarkan oleh konsumen²⁶. Ada beberapa hal yang perlu

²⁴M. Nur Rianto, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*, h,15

²⁵Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, h,292

²⁶ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, h, 292

dipertahatkan dari keputusan mengenai tempat yaitu, sistem transportasi, sistem penyimpanan, pemilihan saluran distribusi²⁷.

4. Promotion(promosi)

Komponen yang dilakukan untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk aktivitas promosi meliputi, periklanan, personal selling, promosi penjualan, dan publisitas, dengan tujuan agar konsumen dapat mengetahui produk²⁸.

5. People (orang)

Bisnis jasa dalam perbankan sangat berkorelasi dengan sumber daya manusia, baik secara langsung maupun tidak langsung akan berhubungan dengan

²⁷ M. Nur Rianto, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*,h, 16

²⁸ M. Nur Rianto, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*,h,16

nasabah, dan ini akan berdampak pada kepuasan nasabah ²⁹.

6. Proses (proses)

Ini merupakan unsur tambahan dalam marketing mix yang cukup mendapatkan tanggapan yang cukup serius proses mulai dari melakukan penawaran produk, hingga proses menangani keluhan pelanggan perbankan syariah yang efektif dan efisien perlu dikembangkan dan ditingkatkan.

7. Bukti fisik

Cara dan bentuk pelayanan kepada nasabah perbankan syariah ini juga merupakan bukti nyata yang seharusnya bisa dirasakan atau dianggap sebagai bukti fisik bagi para nasabahnya, yang suatu hari nanti diharapkan akan memberikan testimonial positif kepada masyarakat umum ³⁰.

²⁹ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*,h,293

³⁰ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*,h, 294

D. Tipe tipe strategi pemasaran

1. Orientasi. Menurut pendekatan kontemporer untuk pemasaran sering dikategorikan kedalam dua pendekatan yaitu tindakan berorientasi pada pelanggan dan strategi pemasaran berorientasi pada pesaing. Strategi pemasaran berorientasi pada pelanggan adalah mencoba untuk membantu membangun hubungan jangka panjang antara pelanggan dan bisnis. Strategi pemasaran pada pesaing berfokus pada pengamatan tentang apa yang sesungguhnya dilakukan pesaing, strategi ini mencoba memanipulasi bauran pemasaran; produk, harga, tempat, dan promosi.
2. Strategi umum, strategi pemasaran dapat diidentifikasi dengan mencapai dan meningkatkan keuntungan perusahaan melalui beberapa cara diantaranya menurunkan harga (pertumbuhan omzet pasar), diferensiasi produk, segmentasi pasar. Menurunkan harga dimaksudkan untuk mengurangi biaya produksi dalam rangka mengurangi harga konsumen. Strategi diferensiasi yaitu membedakan produk

perusahaan dari para pesaing melalui modifikasi karakteristik fisik produk³¹.

Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi. Bank merupakan industri jasa yang kegiatan operasionalnya membeli atau menjual jasa-jasa perbankan.

Menurut Philip Kotler jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik³².

Agus Hermawan, mengatakan dalam bukunya *Komunikasi Pemasaran*, Strategi pemasaran dihasilkan oleh proses pengambilan keputusan berikut 1)

³¹ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, H,43

³² Malayu.S.P. Hasibuan, *Dasar Dasar Perbankan*, PT.Jakarta; Bumi Aksara, 2006, H,143

mendefinisikan permasalahan pemasaran, 2) mengumpulkan fakta fakta yang relevan dengan masalah tersebut, 3) menganalisis fakta fakta dengan bantuan perangkat lunak komputer, 4) menentukan alternatif atau pilihan untuk memecahkan masalah, 5) memilih alternatif terbaik dan membuat keputusan³³.

E. Pengertian Tabungan

Berdasarkan undang undang nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan atas undang undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan, yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati tetapi tidak ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau yang lainnya yang dipersamakan dengan itu. Adapun tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah

³³ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, H,46

tabungan yang berdasarkan prinsip wadiah dan mudharabah.³⁴

1. Tabungan Wadiah

Tabungan wadiah merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadiah, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Bank menggunakan akad wadiah yad adh dhamanah. Dalam hal ini nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipan, sedangkan bank syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana atau barang tersebut. Sebagai konsekuensinya bank bertanggung jawab terhadap keuntungan harta titipan tersebut serta mengembalikannya kapan saja pemiliknya menghendaki. Disisilain bank juga berhak sepenuhnya atas keuntungan dari

³⁴Adiwarman a karim, *Bank islam analisis fiqih dan keuangan*, jakarta;rajawali pers, 2011,h, 345

hasil penggunaan atau pemanfaatan dana atau barang tersebut³⁵.

2. Tabungan Mudharobah

Tabungan mudharobah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *mudharabah*. Akad yang digunakan adalah akad *mudharabah mutlaqoh* dan *muqoyyadah*. Yang perbedaan utamanya di antara keduanya adalah pada ada atau tidaknya persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada bank dalam mengelola hartanya. Dalam hal ini, bank syariah bertindak sebagai mudharib (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik dana). Dari hasil pengelolaan dana mudharobah, bank syariah akan menghasilkan kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.³⁶

³⁵ Adiwarman A Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, Jakarta; Rajawali Pers, 2011, h,347

³⁶ Adiwarman A Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, h,348

F. Akad yang digunakan

Dalam akad tabungan yang digunakan dalam tabungan pada BPRS PNM BINAMA adalah akad mudharabah mutlaqoh.

Mudharabah berasal dari kata *dharab* berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha. Secara teknis al mudharabah adalah akad kerja sama usaha antara dua hak dimana pihak pertama (shahibul maal) menyediakan seluruh modal sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu akan akibat kelalaian pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian pengelola, pengelola harus bertanggungjawab atas kerugian tersebut³⁷.

³⁷Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Teori Ke Prkatik*, Jakarta; Gema Insane Press, 2001 H,95

Mudharabah mutlaqoh adalah bentuk kerjasama antara shahibul maal dan mudharib yang cakupan sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis. Dalam pembahasan fiqih ulama salafus saleh seringkali dicontohkan dengan ungkapan *af'al ma asi'ta* (lakukan sesukamu) dari shahibul maal ke mudharib yang memberikan kekuasaan sangat besar.³⁸

G. Landasan syariah

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ

بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا

أَنفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

(Surat An-Nisa' 29)

Artinya ‘ hai orang orang yang beriman, janganlah kalian memakan (mengambil) harta orang lain secara batil kecuali jika berupa perdagangan yang dilandasi

³⁸Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Teori Ke Prkatik*, H,97

suka sama suka diantara kalian. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu’.

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ﴿١﴾

(Surat Al-Ma'idah 1)

Artinya ‘ hai orang orang beriman tunaikanlah akad-akad itu...’

وَالْآخَرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ ۚ

وَالْآخَرُونَ يُقْتَلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ۖ

(Surat Al-Muzzammil 20)

Artinya ‘... dan dari orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia ALLAH SWT

...³⁹

H. Landasan Hukum

Fatwa Dewan Syariah Nasional No 02/ DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan menimbang,

³⁹ Al qur'an dan terjemahnya

mengingat, memperhatikan, memutuskan, menetapkan; fatwa tentang tabungan.

Pertama ; tabungan ada dua jenis

1. Tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah, yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga.
2. Tabungan yang dibenarkan yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip mudharabah dan wadiah.

Kedua ; ketentuan umum tabungan berdasarkan mudharabah;

1. Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai shahibulmal atau pemilik dana dan bank bertindak sebagai mudharib atau pengelolaan dana.
2. Dalam kepastiannya sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkan termasuk didalam mudharabah dengan pihak lain
3. Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya dalam bentuk tunai dan bukan piutang

4. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukuan rekening
5. Bank sebagai mudharib menutup biaya oprasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya
6. Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

Ketiga ; ketentuan umum tabungan wadiah

1. Bersifat simpanan
2. Simpanan bisa diambil kapan saja atau berdasarkan kesepakatan
3. Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari pihak bank.

Ditetapkan di Jakarta pada 26 Dzulhijjah 1420H/1April 2000 M⁴⁰.

⁴⁰ Zainudinn Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta ; Sinnar Grafika, 2008, H, 244

BAB III
GAMBARAN UMUM
BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH
PERMODALAN NASIONAL MADANI (PNM) BINAMA
SEMARANG

A. Sejarah berdirinya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah PNM Binama Semarang

Bank perkreditan rakyat syariah PNM BINAMA didirikan atas prakarsa para tokoh masyarakat dan pengusaha muslim di sekitar Semarang. Gagasan tersebut tumbuh mengingat belum banyaknya lembaga bank perkreditan rakyat syariah di Wilayah Kota Semarang yang pada saat itu baru satu lembaga. Hal inilah yang menyebabkan banyak masyarakat muslim, khususnya pengusaha menengah kebawah yang belum bisa terjangkau oleh layanan perbankan syariah.

Bank perkreditan rakyat syariah yang dalam kegiatannya berdasarkan pada prinsip syariah yang diatur dalam undang undang itu telah memperoleh peraturan pelaksanaan berupa Surat Direksi Bank Indonesia no. 32/6/KEP/DIR tentang bank perkreditan rakyat syariah pada tanggal 12 Mei 1999. Maka dalam teknisnya BPRS PNM

BINAMA bisa diartikan sebagai lembaga sebagai mana Bank Perkreditan Rakyat yang oprasionalnya menggunakan prinsip-prinsip syariah.

Setelah segala sesuatu disiapkan untuk mendirikan lembaga ini dan segala proses perizinan dilalui, maka akhirnya izin dari Bank Indonesia diberikan kepada Bank Perkreditan Rakyat Syariah PNM BINAMA Semarang. Melalui Gubernur Bank Indonesia No. 08/lima 1/KEP/GBI/2006 tanggal 15 Juni 2006. Kemudian Pada tanggal 8 Agustus 2006, Bank Pengkreditan Rakyat Syariah PNM BINAMA mulai beroperasi hingga sekarang ini dan sudah memiliki dua kantor kas diwilayah sekitar Semarang yaitu:

1. Ruko Jatisari Indah Blok C No 9 Mijen Semarang
2. Jl.Ngesrep Timur V No 110 Banyumanik Semarang¹

B. Legalitas BPRS PNM Binama Semarang

Legalitas badan usaha BPRS PNM Binama adalah sebagai berikut :

1. Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 8/51/KEP.GBI/2006 tanggal. 5 Juli 2006.
2. Akte Pendirian Perseroan Terbatas No. 45, tanggal. 27

¹ Profil company BPRS PNM BINAMA Semarang

Maret 2006

3. Pengesahan Akta Pendirian PT. dari Menteri Hukum dan HAM tanggal. 3 April 2006
4. Ijin Usaha dari Bank Indonesia no. 8/51/KEP.GBI/2006, tanggal. 12 Juli 2006
5. Tanda Daftar Perusahaan Perseroan Terbatas no. 11.01.1.65.05684
6. NPWP : 02.774.716.1-518.000²

C. Visi ,misi, BPRS PNM Binama

Visi dan misi

Visi

“Menjadi BPRS dengan Asset Rp. 100.000.000,- (Seratus Milyar Rupiah) pada Tahun 2020”

Misi

1. Menumbuhkan Asset BPRS dari waktu ke waktu
2. Menjaga BPRS senantiasa dalam kondisi sehat dengan peringkat pertama
3. Meminimalkan resiko dan memaksimalkan return
4. Memaksimalkan kontribusi dalam pengembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

² Profil company BPRS PNM BINAMA semarang

D. Tujuan BPRS PNM Binama meliputi 4 aspek, yang meliputi:

1. Aspek Peranan Dalam Pengembangan Ekonomi dan Kesejahteraan Ummat

- Memberikan pembiayaan kepada ummat yang mempunyai dampak baik langsung maupun tidak langsung terhadap pengembangan ekonomi dan kesejahteraan umat dalam bentuk peningkatan asset dan penyerapan tenaga kerja.
- Menumbuhkan potensi dana simpanan masyarakat di BPRS baik bersumber dari dana individu maupun pengalihan dari lembaga keuangan konvensional.

2. Aspek Mutu Pelayanan

Mencapai tingkat mutu pelayanan yang baik dan maksimal pada penampilan, kecepatan, kemudahan, dan keramahan sebagai tolak ukur.

- Mencapai penilaian baik yang dilakukan oleh pihak luar .
- Mengurangi keluhan para anggota dan mitra

3. Aspek Resiko Usaha

- Menjaga Financing To Deposit Ratio (FDR) pada kisaran 85 - 90 %
- Menjaga Penyisihan Penghapusan Aktiva Produktif

minimal sebesar 100 % terhadap PPAPWD

- Menjaga rasio Non Performin Financing (NPF) dibawah 5 %
- Menjaga Capital Adequacy Ratio (CAR) minimal 12 %
- Menjaga tidak terjadi pelanggaran dan atau pelampauan ketentuan BMPK

4. Aspek Tingkat Pengembalian

- Mencapai Return on Equity (ROE) minimal sebesar 19 %
- Memperoleh Return on Average Asset(ROA) minimal sebesar 2,4 %
- Memberikan bagi hasil Tabungan equivalen berkisar antara 6-8 % pa
- Memberikan bagi hasil Deposito equivalen berkisar anantara 8 s.d 11% pa.³

Manfaat,strategi dan sasaran yang hendak di capai

1. Manfaat yang hendak di capai

a. Manfaat Sosial

Terciptanya solidaritas dan kerjasama antar

³ Profil company BPRS PNM BINAMA semarang

anggota atau nasabah BPRS sehingga terbentuk komunikasi ekonomi anggota yang lebih produktif

b. Manfaat Ekonomi

- Terwujudnya lembaga keuangan yang bisa membiayai usaha-usaha disektor kecil dan menengah.
- Menumbuhkan usaha-usaha yang dapat memberi nilai lebih, sehingga meningkatkan kemampuan ekonomi ummat islam.
- Meningkatkan kepemilikan asset ekonomi bagi masyarakat⁴

2. Strategi yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan:

a. Membangun kepercayaan umat terhadap BPRS PNM Binama

Yaitu dengan jalan memberikan layanan yang memuaskan, melakukan pendekatan kepada nasabah secara berkala serta meyakinkan bahwa layanan syariah adalah pilihan terbaik bagi

⁴ Profil company BPRS PNM BINAMA Semarang

masyarakat umat Islam khususnya. Dengan tetap menciptakan suasana hubungan silaturahmi yang erat serta memberikan bagi hasil yang lebih menguntungkan.

b. Melakukan ekspansi baik difunding maupun lending

Guna mempercepat pertumbuhan funding dan lending, akan dilakukan kerjasama dengan perorangan, instansi maupun organisasi masyarakat. Untuk mewujudkan hal tersebut akan dilakukan kegiatan sosialisasi lewat radio, promosi serta silaturahmi ke calon nasabah potensial. Dalam hal lending tetap mengutamakan asas *prudential* agar nantinya dapat memberikan keuntungan yang berkesinambungan serta menjaga kesehatan bank.

c. Peningkatan kualitas dan produktifitas SDM

SDM dalam sebuah perusahaan adalah sebuah asset atau bahkan sebagai capital (Human capital), sehingga untuk memperoleh kemajuan perusahaan, kualitas SDM juga harus ditingkatkan. BPRS PNM BINAMA akan selalu meningkatkan kualitas SDM yang dimilikinya dengan memberikan pelatihan dan pendidikan.

d. Melakukan Efisiensi di semua Bidang

Dalam menjalankan kegiatannya manajemen tetap akan mengutamakan efisiensi untuk menekan biaya operasional bank. Dengan tujuan agar nantinya dapat menghasilkan output berupa perolehan laba yang signifikan

3. Sasaran Yang Hendak di Capai

a. Sasaran Binaan

Yang menjadi sasaran pembinaan adalah usaha-usaha kecil dan menengah dengan ketentuan memiliki aset sampai dengan Rp. 500.000.000,- dan berpeluang menumbuhkan lapangan pekerjaan.

b. Sasaran Funding

Yang menjadi sasaran Funding (penggalangan dana) adalah : Individu, lembaga-lembaga Donor, BUMN dan Instansi Pemerintah. Sektor usaha yang dibiayai, perdagangan, industri kecil, jasa pertanian dan perikanan⁵

⁵ Profil company BPRS PNM BINAMA Semarang

E. Struktur Organisasi Manajemen Dan Personalia

PT. BPRS PNM BINAMA dikelola dengan manajemen profesional, yakni dikelola secara sistematis, baik dalam pengambilan keputusan maupun operasional. Pola pengambilan Keputusan Manajemen telah dirumuskan dalam ketentuan yang baku dalam Sistem dan Prosedur demikian pula dalam operasionalnya yang meliputi Funding (penggalangan dana), Lending (pembiayaan) dan pembukuan. Operasional PT. BPRS PNM BINAMA didukung dengan sistem komputerisasi baik dalam sistem akuntansi, penyimpanan dan penyaluran pembiayaan. Hal ini memungkinkan untuk memberikan pelayanan yang lebih profesional dan akurat. Selain itu sistem komputerisasi ini semakin meningkatkan performa, kecepatan dan ketelitian dalam penyajian data kepada para nasabah dan binaan.

Kepengurusan BPRS PNM Binama terdiri dari:

Dewan Komisaris :

Komisaris Utama : H. Hasan Thoha Putra,

MBA.

Komisaris : Ir. H. Heru Isnawan

Komisaris : H. Ilham M. Saleh, SE.

Dewan Pengawas Syariah :

Ketua : Drs. H. Rozihan, SH.

Anggota : Prof. DR. H. Ahmad

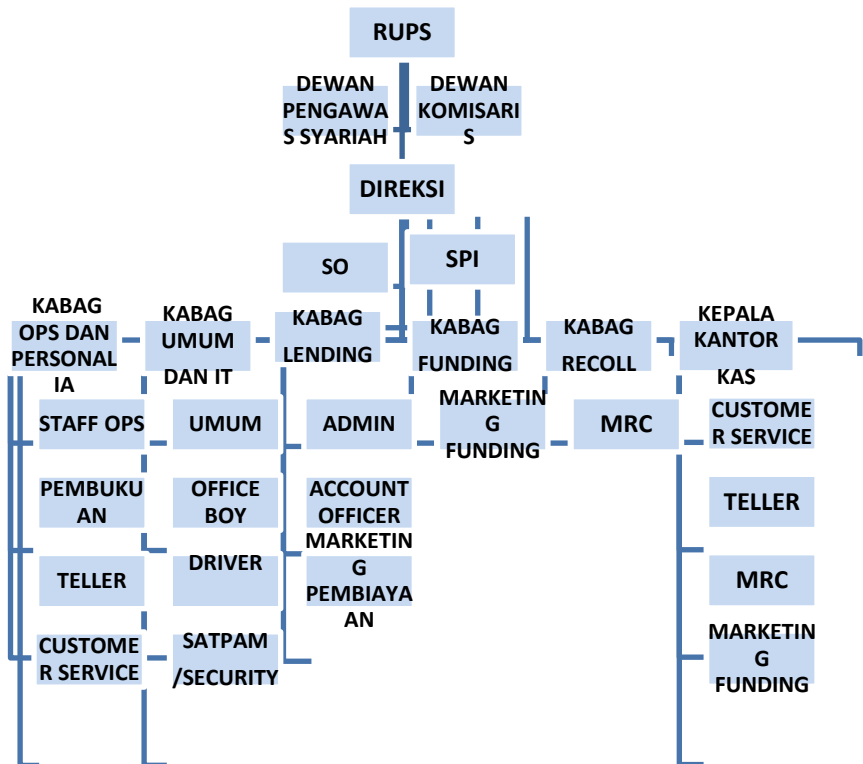
Rofiq

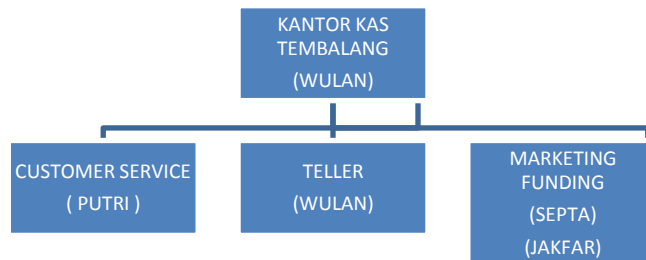
Dewan Direksi :

Direktur Utama : Drs. Ahmad Mujahid

Mutfi Suyui⁶

⁶ Profil company BPRS PNM BINAMA Semarang





Bagian dan tugas anggota BPRS PNM BINAMA Semarang

a. Dewan Pengawas Syariah

Dewan pengawas syariah terdiri dari dua orang atau lebih dengan profesi yang ahli dalam Hukum Islam, yang dipimpin oleh ketua Dewan Pengawas Syariah yang berfungsi memberikan fatwa agama terutama dalam produk-produk bank

syariah, kemudian bersama dengan Dewan Komisaris Mengawasi Pelaksanaanya

b. Dewan Komisaris

Dewan komisaris bertugas mengarahkan pelaksanaan yang dijalankan oleh direksi agar tetap berada pada tata aturan yang berlaku.

c. Direksi

Direksi yaitu seorang direktur utama atau lebih dari seorang yang bertugas memimpin serta mngawasi kegiatan bank syariah sehari hari, sesuai dengan kebijakan umum yang disetujui dewan komisaris dalam RUPPS.

d. Satuan Pengawasan Intern

Marketing memiliki tugas utama Melakukan penilaian secara independen atas setiap kegiatan bank yang bertujuan untuk mendorong dipatuhinya setiap ketentuan baik intern maupun ekstern.

Memiliki tanggung jawab,

1. Menilai kewajaran penyajian angka-angka didalam Laporan Neraca dan Laba Rugi
2. Memeriksa operasi/kegiatan perusahaan untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi operasional bank

Memiliki tugas pokok,

1. Membuat analisa dan penilaian dibidang keuangan, akuntansi, pembiayaan, operasional dan kegiatan lainnya (Financial Audit)
2. Melakukan pemeriksaan untuk memastikan bahwa semua kebijakan, rencana dan prosedur bank sudah benar-benar ditaati (Compliance Audit)
3. Melakukan pemeriksaan yang menilai daya guna dan kehematan dalam penggunaan sumber dana serta hasil guna atau manfaat yang direncanakan dari suatu kegiatan (Operational Audit)
4. Melakukan pemeriksaan untuk memastikan bahwa semua harta milik bank telah dipertanggung jawabkan dan dijaga dari semua kerugian

5. Melakukan pemeriksaan terhadap data informasi yang disajikan kepada manajemen dapat dipercaya
6. Menilai kualitas pelaksanaan tugas tiap unit kerja dalam melaksanakan tanggungjawabnya
7. Memberikan saran perbaikan dan informasi yang obyektif di bidang operasional, pembiayaan dan lainnya.
8. Membuat Laporan Hasil Pemeriksaan
Dan memiliki wewenang diantaranya sebagai berikut, Menjaga kerahasiaan data, dokumen dan informasi perusahaan, Memeriksa semua catatan bank

e. Bidang marketing

Marketing memiliki tugas utama yaitu membantu direksi dalam mengawasi tugas khusus yang menyangkut bidang marketing dan pembiayaan. Hal ini sangat penting karena dari marketing dapat menunjang regulasi suatu bank dan dapat mengenalkan bank ke mata masyarakat luas.

Tugas tugas khusus

a. Funding (Mobilisasi Dana)

Bagian ini memiliki tugas pokok yaitu;

1. Mencari Nasabah atau Rekening baru untuk Funding (Penyimpan).
2. Melayani pembukaan rekening tabungan dan deposito dengan membantu pengisian aplikasi pembukaan rekening.
3. Melayani Pengajuan Pembiayaan, dengan membantu pengisian aplikasi Pengajuan Pembiayaan dan kelengkapan administrasinya.
4. Melayani pengambilan setoran tabungan maupun deposito serta mengantarkan penarikan tabungan maupun deposito (pelayanan Pick Up Service).
5. Melakukan koordinasi secara rutin dengan atasannya.
6. Membuat laporan-laporan sesuai dengan ketentuan.

7. Membantu atasan dalam urusan kantor dalam hal-hal yang belum disebutkan.

Memiliki tanggung jawab

1. Menjaga dan meningkatkan kinerja BPRS, dibidang pelayanan pick up service baik Tabungan, Deposito
2. Menumbuhkan outstanding Simpanan baik Tabungan maupun Deposito yang dikelolanya.
3. Melaporkan kegiatan-kegiatannya kepada Kabag. Funding/ Kepala kantor Kas.
4. Mengembangkan kemampuan diri melalui program pelatihan dan pengembangan karyawan yang terencana
5. Menegakkan disiplin dan meningkatkan dedikasi karyawan dengan memberikan tauladan yang baik dalam segala aspek pekerjaan.
6. Menjamin bahwa laporan kepada Manajemen telah benar dan dikirim

tepat waktu

b. Marketing Remedial and Collecting

Memiliki tugas pokok seperti;

1. Mencari Nasabah nasabah Lending (Pembiayaan).
2. Melayani pembukaan rekening tabungan dan deposito dengan membantu pengisian aplikasi pembukaan rekening.
3. Melayani Pengajuan Pembiayaan, dengan membantu pengisian aplikasi Pengajuan Pembiayaan.
4. Melakukan monitoring angsuran Nasabah Binaan, dengan melakukan pengingatan dan penagihan angsuran.
5. Melakukan Pick Up service (Kolekting) terhadap angsuran nasabah yang harus dilakukan pick Up service (Kolekting)
6. Membantu atasan dalam melakukan eksekusi jaminan.

7. Melakukan koordinasi secara rutin dengan atasannya.
8. Membuat laporan-laporan sesuai dengan ketentuan.
9. Membantu atasan dalam urusan kantor dalam hal-hal yang belum disebutkan.

Juga, memiliki tanggung jawab:

1. Menjaga dan meningkatkan kinerja BPRS, dibidang pelayanan angsuran Pembiayaan.
2. Mengotimalkan Pendapatan dari Pembiayaan yang dikelola dan menurunkan NPF..
3. Melaporkan kegiatan-kegiatannya kepada Kabag. Recoll / Kepala kantor Kas.
4. Mengembangkan kemampuan diri melalui program pelatihan dan pengembangan karyawan yang terencana
5. Menegakkan disiplin dan meningkatkan dedikasi karyawan

dengan memberikan tauladan yang baik dalam segala aspek pekerjaan.

6. Menjamin bahwa laporan kepada Manajemen telah benar dan dikirim tepat waktu

Indikator performance:

1. Kolekting Pembiayaan Lancar yang dikelola minimal 97,5 %
2. Kolekting Pembiayaan Bermasalah yang dikelola minimal 40 %.
3. Menurunkan NPF menjadi %

f. Account officer

Pembinaan pembiayaan yang memiliki tugas

1. Mencari Nasabah Pembiayaan.
2. Memproses pengajuan Pembiayaan, mulai dari survey, menganalisa, dan merekomendasikan pembiayaan.
3. Melakukan monitoring pasca dropping pembiayaan meliputi: kelengkapan kwitansi-kwitansi pembelian, penggunaan pembiayaan, dan perkembangan pembiayaan Nasabah

pendanaan yang direkomendasikan dan membantu penagihan jika diperlukan.

4. Memberikan bantuan sepenuhnya terhadap pelaksanaan audit intern ekstern.
5. Melakukan koordinasi secara rutin dengan atasannya.
6. Membantu Kepala Bagian Pembiayaan dalam tugas-tugas yang belum disebutkan jika diperlukan.

Miliki wewenang, Merekomendasikan pengajuan pembiayaan kepada Komite pembiayaan.

Memiliki tanggung jawab ;

1. Menjaga dan meningkatkan kinerja BPRS, khususnya dibidang Penumbuhan outstanding Pembiayaan.
2. Melaporkan progres pengajuan pembiayaan kepada Kabag Pembiayaan..
3. Mengembangkan kemampuan diri melalui program pelatihan dan pengembangan karyawan yang terencana

4. Menegakkan disiplin dan meningkatkan dedikasi karyawan dengan memberikan tauladan yang baik dalam segala aspek pekerjaan.
5. Menjamin bahwa setiap laporan yang disampaikan kepada Manajemen adalah benar dan dikirim tepat waktu.

g. Support Pembiayaan

Memiliki tugas menilai pemohon pembiayaan sehingga memenuhi kriteria dan persyaratan dalam memproses calon debitur dalam kelayakan serta keabsahannya, seperti kebenaran lampiran, usaha maupun pembiayaan usaha.

h. Administrasi pembiayaan

Bidang ini mengelola data data keuangan yang di dapat dari AO dan yang lain serta pengeluaran dan pemasukan bank apakah sudah sesuai atau belum.

i. Kas Dan Teller

Kas dan teller selaku kuasa dari bank untuk melakukan pekerjaan yang berkaitan dengan penerimaan dan

penarikan uang, serta mengatur dan memelihara saldo/ posisi uang kas yang ada dalam tempat khasanah bank.

Tanggung jawab cs meliputi

1. Pelayanan terhadap pembukaan dan penutupan rekening tabungan dan deposito serta mutasinya.
2. Pengarsipan aplikasi pembukaan dan penutupan rekening tabungan dan deposito
3. Pelaporan tentang perkembangan dana pihak ketiga

Tugas pokok

1. Menerima nasabah dan memberikan penjelasan mengenai produk-produk BPRS PNM Binama.
2. Memproses aplikasi pembukaan dan penutupan rekening tabungan dan deposito
3. Melakukan pengarsipan permohonan pembukaan dan penutupan rekening tabungan dan deposito pada binder khusus sesuai tanggal

4. Membuat laporan pemakaian buku tabungan dan bilyet deposito
5. Membuat nota debet internal.
6. Menerima berkas pengajuan pembiayaan jika diperlukan.
7. Menggantikan tugas-tugas teller apabila teller istirahat atau cuti

j. Bagian Pembukuan

Bagian ini bertugas membuat neraca, membuat daftar laba/rugi, juga bertugas membuat pembukuan untuk laporan ke Bank Indonesia baik laporan harian maupun bulanan, tahunan.

F. Produk BPRS PNM BINAMA SEMARANG

Produk-produk untuk funding (penghimpunan dana) :

1. TAHARAH (Tabungan Harian Mudharabah)

Adalah produk simpanan tabungan dengan akad mudharabah yang bagi hasilnya dihitung berdasar saldo rata-rata harian. Nisbah bagi hasil 25% untuk shohibul maal (nasabah/penabung) dan

75% untuk Mudharib (bank). Sesuai dengan jenis produknya yaitu tabungan thaharoh maka nasabah dapat melakukan setoran maupun penarikan sewaktu-waktu. Dengan setoran awal yaitu sebesar Rp. 10.000., dan setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000., untuk mempermudah nasabah yang ingin menabung atau mengambil dana dari pihak bank telah memberlakukan layanan pick up servis yang dapat datang kerumah nasabah langsung untuk mengambil dana yang akan di tabungkan.⁷

2. Tabungan Pendidikan

Adalah Tabungan dengan akad Mudharabah Mutlaqah adalah akad kerjasama dua belah pihak antara pemodal dan pengelola dana, dalam akad ini pemodal hanya memberikan dananya dan pengelola yang mengelola dana tersebut tanpa campur tangan pemodal dan diberikan bagi hasil oleh kedua belah pihak jika dalam usaha tersebut terdapat keuntungan.

Tabungan ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan biaya pendidikan di masa datang. Nisbah bagi hasil yang diberikan kepada nasabah

⁷ Brosur BPRS PNM BINAMA

setara dengan deposito jangka waktu 3 bulan yaitu 34% untuk shohibul maal dan 66% untuk pihak bank. Adapun syarat dan ketentuan untuk membuka tabungan ini yaitu mengisi formulir pembukaan rekening, melampirkan fotocopy identitas (ktp) atau dapat kartu pelajar (jika masih duduk di bangku sekolah), setoran awal minimal Rp. 10.000.

Waktu penyetoran dana dapat sewaktu waktu dan dapat datang langsung ke bank atau dapat melalui *pick up servis* yaitu layanan dari pihak bank yang ingin membantu nasabah yang sedang berhalangan tidak dapat datang ke bank untuk menabung atau mengambil dananya. Namun terdapat pengecualian untuk tabungan ini yaitu saat pengambilan dana hanya dapat dilayani saat bulan-bulan tertentu seperti bulan Juni hingga Agustus dan Oktober hingga Desember. Hal ini dimaksudkan atas dasar tolong menolong karena tabungan ini untuk keperluan biaya anak sekolah sehingga tabungan ini tidak bersifat konsumtif atau untuk keperluan sehari hari namun murni

untuk biaya anak sekolah.⁸

3. Tabungan Haji dan Umroh (JUMRAH)

Adalah jenis simpanan dana pihak ketiga (perorangan) yang diperuntukkan bagi nasabah yang berniat melaksanakan Haji atau Umroh sesuai dengan jangka waktu yang direncanakan. Dengan pembagian nisbah yang sudah disepakati di awal yaitu 38% untuk shohibul maal dan 62% untuk bank. Dengan setoran awal sebesar Rp. 100.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 50.000. setoran dapat di ambil sewaktu waktu namun untuk penambilan dapat menghubungi pihak bank terlebih dahulu.

4. Deposito Mudharabah

Deposito Mudharabah dirancang sebagai sarana untuk investasi bagi masyarakat yang mempunyai dana. Menggunakan akad Mudharabah yaitu akad antara pemilik dana dengan bank sebagai pengelola dana untuk mendapat Nisbah bagi hasil yang menguntungkan dan diberikan setiap bulan. Nisbah

⁸ wawancara dengan sdri. Rizfa sebagai cs BPRS PNM BINAMA. pada 11 maret 2016

bisa diambil tunai atau ditransfer kerekening dapat pula dilakukan auto yaitu deposito akan terus diperpanjang setiap beberpa waktu tergantung pada kesepakatan diawal. Deposito Merupakan produk investasi berjangka dengan beberapa pilihan jangka waktu. Akad produk ini adalah bagi hasil dengan nisbah sebagai berikut :

- Jangka waktu 1 bulan (nasabah : bank)
25% : 75%
- Jangka waktu 3 bulan (nasabah : bank)
34% : 66%
- Jangka waktu 6 bulan (nasabah : bank)
38% : 62%
- Jangka waktu 12 bulan (nasabah : bank)
42% : 58%

Pencairan deposito sebelum jatuh tempo dikenakan evaluasi nisbah bagi hasil dan cinderamata sesuai ketentuan bank.

5. Zakat, Infaq, Shadaqah

Yaitu merupakan sarana penampungan dana sosial dari masyarkat yang disalurkan kepada pihak yang berhak dalam 3 cara:

1. Dalam bentuk pembiayaan Al Qardhul Hasan

2. Disalurkan untuk pengembangan sumber daya insani (beasiswa dll)
3. Sebagai bantuan sosial untuk pengentasan kemiskinan

Mekanisme membuka produk tabungan di BPRS PNM Binama cukup mudah yaitu ,

1. Datang ke kantor atau ke bank atau dapat pula melalui marketing dari pihak bank dengan menyerahkan fotocopy kartu tanda pengenal (jika masih sebagai pelajar dapat menyerahkan fotocopy kartu pelajar) untuk tabungan pendidikan, dengan membawa uang sebesar 10.000 sebagai saldo awal.
2. Kemudian mengisi formulir data diri yang sudah disediakan dari pihak bank, gunaantisipasi jika terjadi hal hal yang diluar dugaan
3. Kemudian membubuhkan tandatangan pada buku rekening dengan kertas khusus
4. Lalu beralih ke teller untuk mengisi nota debit serta menyerahkan uang 10.000 ribu sebagai saldo awal di dalam rekening dan jika pembuatan rekening melalui marketing maka formulir dan dana nasabah tersebut akan dibawa oleh marketing untuk diproses di kantor

dan besok hari akan diantarkan kembali kepada nasabah tersebut.

5. Dan sebagai tanda terimakasih dari pihak bank karena telah melakukan pembukaan rekening makka nasabah diberikan souvenir berupa gantungan kunci cantik⁹.

Produk - produk penyaluran dana

1. Modal Kerja

Pembelian barang dagangan, bahan baku, dan barang modal kerja lainnya.

2. Investasi

Pembelian mesin, alat-alat, sarana transportasi, investasi usaha, sewa tempat usaha dan lain-lain.

3. Konsumtif

Untuk membangun/renovasi rumah, membeli perabot rumah, pemilikan kendaraan, dan lain-lain.

⁹ wawancara dengan sdri. Rizfa sebagai cs BPRS PNM BINAMA. pada 11 maret 2016

4. Multijasa

Biaya pendidikan, biaya pernikahan dan biaya pengobatan (rumah sakit)

G. Luas Lingkup Pemasaran

1. *Funding*

Untuk mempercepat pertumbuhan asset dan pembiayaan, maka perhatian harus ditujukan pada upaya penghimpunan dana masyarakat. Karena itu manajemen memprioritaskan untuk mengadakan kerjasama dengan instansi atau badan usaha yang memiliki potensi menginvestasikan dananya. Selain itu kegiatan promosi juga dilakukan lewat media massa atau di tempat sarana promosi untuk menjaring nasabah retail. Mengingat dana retail juga diperlukan untuk menjaga perputaran dana perusahaan.

2. *Lending*

Dalam hal penyaluran dana manajemen mengutamakan prinsip prudential dengan tujuan agar tetap aman dan menguntungkan. Hal ini mengingat dana yang diinvestasikan merupakan amanah dari para shahibul maal, sehingga kita

harus menjaganya dengan baik. Karena bank merupakan lembaga keuangan yang sangat bergantung kepada kepercayaan para nasabahnya dan calon nasabah.

Disamping itu hal yang perlu dicermati adalah kondisi berbagai sektor usaha saat ini sedang mengalami kelesuan, karenanya harus benar-benar selektif dalam hal menentukan nasabah pembiayaan dan usaha yang dibiayai. Untuk itu setiap pengajuan pembiayaan pasti dilakukan survei, analisa serta dibentuk komite berjenjang, sehingga hasil keputusan akan lebih tepat sasaran. Sampai saat ini perusahaan telah menyalurkan pembiayaan pada usaha-usaha yang cukup aman dan menguntungkan, seperti perdagangan pakaian, bahan bangunan, bengkel motor, rumah makan juga untuk kebutuhan konsumtif.

Bidang Garap

Bidang garap BPRS PNM BINAMA adalah pengembangan usaha kecil dengan mengacu pada proses pembangunan ekonomi kerakyatan.

Pengembangan usaha kecil ini ditempuh melalui kegiatan:

a. Pemberian Pembiayaan

Pembiayaan yang disalurkan mulai dari Rp. 1.000.000,- sampai dengan Rp. 300.000.000,-. Bidang usaha yang diberi pembiayaan dan binaan oleh BPRS PNM BINAMA meliputi; Perdagangan, Industri dan Jasa.

b. Memberikan Konsultasi Usaha dan Manajemen

untuk meningkatkan usaha para binan, BPRS PNM BINAMA melakukan konsultasi usaha dan manajemen, konsultasi ini berupaya untuk memberi jalan keluar bagi problem-problem mereka dalam menjalankan usaha khususnya meliputi persoalan manajemen dan keuangan. Kegiatan ini disamping sebagai sarana pembinaan juga sebagai media monitoring atas pemberian pembiayaan sehingga terkontrol dengan efektif.

c. Pengerahan Dana

Sebagai lembaga yang membina usaha kecil dan menengah maka BPRS PNM BINAMA

berupaya memacu mitranya untuk menabung. Tujuan utama konsep ini adalah agar perilaku para mitranya terhadap keuangan juga akan tercapai pula proses *revolving fund* diantara para mitranya.

Dengan cara tersebut kelangsungan pendanaan BPRS PNM BINAMA dapat terjalin dan saling tolong menolong antar mitra. Nasabah yang dananya masih menganggur agar dapat dimanfaatkan oleh mitra lain dengan media perantara BPRS PNM BINAMA. Dalam hal ini BPRS PNM BINAMA sebagai sarana untuk menjembatani usaha-usaha kecil yang membutuhkan dana terhadap para pemilik dana yang belum termanfaatkan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Analisis strategi pemasaran produk Tabungan Pendidikan BPRS PNM Binama Kantor Kas Mijen

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah PNM BINAMA adalah salah satu lembaga keuangan yang bergerak dibidang keuangan mikro namun tetap menerapkan prinsip syariah dalam setiap langkah kerjanya. Salah satu BPRS di Semarang ini juga memiliki beraneka ragam produk, diantaranya seperti produk tabungan (tabungan taharoh, tabungan pendidikan, tabungan haji, dan tabungan taharoh khusus), dan juga produk pembiayaan. Namun walaupun BPRS PNM Binama ini produk unggulannya dibidang pembiayaan namun pemasukan dari produk tabungan sendiri tidak kalah menguntungkannya. Hal ini terlihat dalam neraca berikut dalam ribuan,

NO	Produk	2013	2014	2015
1	Tab.Taharoh	438.103	1.206.533	1.616.084
2	Tab. Pendidikan	105.928	222.447	295.874
3	Tab. Haji	81.561	2545	34.938
4	Tab. Thaharoh Khusus	0	0	0

Lampiran data keuangan BPRS PNM BINAMA kantor kas mijen, JANUARI 2016 dalam ribuan

Menurut penulis dari neraca diatas menggambarkan bahwa produk tabungan dalam BPRS PNM Binama juga tidak kalah menguntungkannya dibandingkan dengan produk lainnya. Dalam hal ini yang sangat berdampak selain produk adalah manajemen terkhusus dengan marketing selaku perwakilan dari pihak perusahaan yang bertugas memberikan informasi dan memasarkan produk bank kepada nasabah.

Dalam hal ini yang menjadi focus penulis adalah bagaimana strategi memasarkan produk tabungan pendidikan pada BPRS PNM BINAMA, sehingga akan meningkatkan jumlah nasabah. Tabungan pendidikan sendiri merupakan salah satu produk unggulan di BPRS PNM Binama yang memiliki nasabah cukup banyak dan pemasukan cukup besar. Hal ini juga tak lepas dari kecakapan manajemen dan marketing yang bertugas dan yang tidak kalah penting adalah strategi pemasaran yang digunakannya.

Berikut adalah strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS PNM Binama pada produk Tabungan pendidikan yaitu dengan menggunakan segmentasi,

targeting, dan positioning. Selain itu dengan menggunakan marketing mix atau bauran pemasaran yang terdiri dari Product(produk), Price (harga) Place (tempat), Promotion(promosi), People (orang), Proses (proses), Bukti fisik yang mana dengan menggunakan perumusan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk menarik dan mempertahankan loyalitas para nasabah. Untuk lebih jelas akan diuraikan sebagai berikut;

1. Segmentasi

Segmentasi merupakan memilih kelompok berdasarkan keinginan, kekuatan dan daya beli. Melalui segmentasi maka marketing akan dengan mudah memasarkan produk sesuai kebutuhan nasabahnya. Dalam hal ini BPRS PNM Binama menerapkan segmentasi pasar kedalam suatu wilayah yaitu pada daerah Mijen yaitu daerah ditepi kota Semarang, yang sekarang sudah mulai dipadati penduduk. Sehingga menjadikan peluang yang baik untuk mengembangkan suatu usaha.

2. Targeting

Targeting merupakan mengalokasikan sumber daya secara efektif dengan menentukan

target yang akan dibidik. Dalam hal ini BPRS PNM Binama menerapkan startegi targeting dalam hal menyesuaikan dengan lingkungan di sekitar Mijen yang banyak instansi pendidikan seperti Taman kananak-kanak, playgroup, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama(SMP), baik negeri maupun swasta yang masih banyak belum tersentuh oleh lembaga keuangan. Sehingga sesuai untuk produk tabungan pendidikan.

3. Positioning

Positioning adalah bagaimana merebut posisi dibenak konsumen dengan membangun kepercayaan, keyakinan, dan kompetensi bagi pelanggan. BPRS PNM Binama menerapkan hal ini dengan melayani nasabah sepenuh hati dengan tulus ikhlas dan hal ini terbukti dengan sudah berdirinya BPRS PNM Binama hingga 10 tahun. Hal ini membuktikan bahwa BPRS PNM Binama sudah di percaya oleh masyarakat.

4. Marketing mix

Untuk mencapai target pasar maka dibutuhkan marketing mix sebagai strategi dalam pemasaran

produk terutama dalam produk tabungan pendidikan ini.

a. Strategi produk

Penerapan strategi produk yang dilakukan oleh BPRS PNM Binama Kantor Kas Mijen untuk memenuhi kebutuhan masyarakat disekitar. Dengan menggunakan produk tabungan pendidikan ini maka BPRS PNM Binama dapat membantu masyarakat yang mengalami kesulitan untuk mengumpulkan dana untuk keperluan biaya pendidikan. Di sisilain produk ini juga tidak mengandung riba dan tidak ada potongan administrasi bulanan.

Produk tabungan pendidikan ini merupakan produk tabungan berjangka yaitu tabungan yang tidak dapat diambil sewaktu waktu namun pengambilan hanya dapat dilakukan pada bulan Juni hingga Agustus dan Oktober hingga Desember hal ini dilakukan atas dasar tolong menolong karena dana tabungan ini untuk pendidikan sehingga

harus dijaga sehingga tidak bersifat konsumtif.

b. Strategi harga

Penetapan strategi harga dalam pemasaran produk di BPRS PNM Binama Kantor Kas Mijen, yaitu dengan pembukaan rekening yang relative terjangkau oleh masyarakat. Dengan setoran awal Rp. 10.000, dan untuk setoran berikutnya minimal Rp. 10.000. selain itu bagi hasil yang diberikan juga termasuk besar karena setara dengan deposito 3 bulan yaitu 34%: 66%. Yang tidak kalah menguntungkannya karena tidak adanya potongan administrasi bulanan sehingga dana nasabah tidak akan terpotong. Sebagai tanda terimakasih maka dari pihak bank memberikan souvenir berupa gantungan kunci.

c. Place(tempat)

Letak bank yang strategis berada di ruko tepi Jalan Raya Mijen juga berpartisipasi dalam pemasaran, karena letak yang strategis sehingga banyak orang berlalulalang akan

semakin baik untuk memperkenalkan BPRS dan hal itu juga akan menarik perhatian calon nasabah. Letak bank yang berada di tengah tengah pusat mijen dan dekat dengan instansi instansi pendidikan merupakan keuntungan tersendiri. Ditambah dengan masih sedikitnya bank-bank umum dan bank sejenis di sekitar Mijen sehingga peluang yang timbul masih cukup luas.

d. Promotion(promosi)

Dalam menghadapi persaingan BPRS PNM Binama kantor kas Mijen juga melakukan promosi. Sarana yang digunakan oleh BPRS PNM Binama Kantor Kas Mijen dalam memasarkan produk tabungan pendidikan ini yaitu dengan;

1. Pick up servis

Pemasaran yang dilakukan oleh BPRS PNM Binama sendiri untuk memasarkan tabungan pendidikan memakai system pick up servis atau marketing mendatangi nasabah secara langsung ketempat nasabah untuk memperkenalkan produk

BPRS PNM Binama kepada nasabah. Serta melakukan pengambil dana dari nasabah yang ingin ditabungkan ke BPRS, sehingga akan mempermudah nasabah yang ingin menabung, serta dapat mempererat tali silaturahmi pihak BPRS PNM Binama kepada nasabah.

Metode ini dipilih mengingat mobilitas dijamin sekarang yang semakin bertambah sehingga banyak orang yang tidak sempat untuk sekedar menyisihkan waktu untuk datang ke BPRS. Hal ini merupakan servis yang diberikan dari pihak bank kepada nasabahnya sebagai wujud terimakasih dari pihak BPRS PNM Binama atas kepercayaan nasabah yang mempercayakan dananya kepada pihak BPRS.

2. Periklanan

Dalam hal ini untuk menunjang promosi dan disesuaikan dengan jaman yang semakin maju maka terdapat beberapa media yang

digunakan dalam pemasaran produk tabungan pendidikan ini sebagai berikut;

a. Media cetak

Media cetak merupakan suatu media statis dan mengutamakan pesan-pesan visual dalam melaksanakan fungsinya sebagai media penyampai informasi. Media yang digunakan oleh BPRS PNM Binama Kantor Kas Mijen yaitu berupa brosur dan spanduk.

Brosur yang menarik tentu akan menjadi daya tarik sendiri untuk membacanya. Ditinjau dengan tempat penyebaran brosur pada tempat-tempat yang banyak dikunjungi orang seperti di tepi jalan raya atau di dekat sekolah-sekolah.

Spanduk yang menarik dan besar tentu akan menarik perhatian calon nasabah maupun nasabah yang melihatnya, dan pemasangan spanduk pun juga harus diatur agar tidak merusak unsure estetika di dalamnya maka spanduk tersebut dipasang di depan kantor

BPRS PNM Binama Kantor Kas Mijen sendiri sebagai tanda bahwa ada sebuah BPRS di daerah tersebut

b. Media elektronik

Dengan semakin berkembangnya dunia global ini maka BPRS PNM Binama Kantor Kas Mijen tidak ingin ketinggalan, sehingga BPRS PNM Binama Kantor Kas Mijen juga menggunakan media elektronik berupa radio, elektronik mail, facebook dan juga BB.

3. Adanya beasiswa

Untuk menunjang biaya pendidikan anak pada nasabah BPRS PNM BINAMA khususnya untuk produk tabungan pendidikan, pihak bank memberikan apresiasi kepada nasabah tabungan pendidikan. Apresiasi itu berupa Beasiswa yang menjadi program rutin yang diberikan BPRS selama beberapa tahun kebelakang. Beasiswa pendidikan ini berupa total uang sebesar Rp.1000.000.-

Pengundian yang dilakukan oleh BPRS PNM BINAMA meliputi seluruh nasabah yang

memiliki rekening tabungan pendidikan, yaitu dengan saldo pada rekening tabungan pendidikan yang mengendap sebesar RP.100.000 ataupun kelipatannya yang akan mendapatkan poin 1 pada saat akan dilakukan pengundian. Yang akan diundi setiap tahun pada bulan April. Beasiswa ini juga dimaksudkan agar nasabah tabungan pendidikan dapat meningkatkan saldo tabungan.

e. People (orang)

Bank merupakan salah satu bisnis berbasis kepercayaan, sehingga kepercayaan nasabah kepada bank harus dijunjung tinggi oleh bank. Dalam hal ini bank memberikan perantara tidak hanya pada manajemen namun pada marketing yang bertugas mengalang dana dari nasabah kepada BPRS untuk disalurkan kembali sehingga tidak hanya mengendap di bank. Marketing juga harus memiliki sikap dan tuturkata yang baik sehingga ketika berhadapan dengan nasabah, nasabah merasa dihormati sehingga nasabah akan nyaman dan percaya dengan pelayanan

yang diberikan, performa yang ditampilkan oleh marketing juga akan mempengaruhi daya tarik dari nasabah. Tidak hanya itu saja ketrampilan yang di miliki oleh marketing dalam hal ini juga harus baik.

f. Proses (proses)

Proses merupakan rangkaian dari marketing mix yang tidak kalah penting karena Proses merupakkan rangkaian kejadian dari awal penawaran hingga menjadi nasabah. Proses juga merupakan salah satu penentu mutu suatu usaha, jika proses transaksi berjalan lancar dan cepat maka nasabahpun juga akan merasa senang.

Dalam hal ini proses yang dijalani di BPRS PNM BINAMA Kantor Kas Mijen dalam pembukaan tabungan khususnya tabungan pendidikan sudah baik dan cepat dan tidak berbelit belit dalam pembukaan tabungan pendidikan hanya perlu membawa kanrtu tanda pegenal jika masih berstatus pelajar dapat membawa kartu pelajar namun jika masih bersekolah dasar maka data diri

harus data diri orang tua. Kemudian mengisi formulir pembukaan rekening baru dan kemudian calon nasabah tanda tangan pada buku tabungan lalu menunggu beberapa waktu dan kemudian sudah dapat melakukan setoran awal.

Pembukaan juga dapat dilakukan melalui marketing yaitu dengan menyerahkan fotocopy diri, lalu mengisi formulir pembukaan rekening baru dengan menyerahkan uang setoran awal dan ke-esokan hari maka buku tabungan sudah dapat di antar kepada nasabah tersebut

g. Bukti fisik

Bukti fisik yang dimaksud dalam hal ini merupakan testimoni yang didapatkan dari nasabah atas pelayanan yang didapatkan selama ini. Apakah berupa tanggapan positif atau negatif hal itu merupakan suatu bukti fisik yang diharapkan oleh perusahaan untuk lebih memperbaiki diri kedepannya.

Selain menggunakan acuan yang terdapat dalam marketing mix seorang marketing juga memiliki startegi sendiri dalam pemasaran produk, seperti pemasaran produk tabungan pendidikan BPRS PNM BINAMA Kantor Kas Mijen, diantaranya yaitu;

1. Adanya kerjasama dengan instansi pendidikan

Bank merupakan lembaga keuangan yang kelangsungan hidup bank itu terletak pada pemasukan bank yaitu dari funding maupun leanding. Salah satu cara yang dipilih oleh BPRS PNM BINAMA kantor Kas Mijen untuk meningkatkan produknya khusunya produk tabungan pendidikan yaitu dengan melakukan kerjasama oleh beberapa instansi pendidikan di wilayah dekat BPRS ataupun daerah Mijen, seperti PAUD, Taman kanank-kanak, sekolah dasar (SD), sekolah menengah pertama (SMP), maupun SMA.

Dengan bank mengandeng instansi instansi pendidikan, merupakan suatu hal yang baik bagi pihak BPRS karena dengan ini pemasukan pihak bank akan berlangsung terus menerus melalui produk tabungan pendidikan ini. Kerjasama yang terjalin oleh instansi instansi terkait ini juga akan terus diperbaharui setiap

tahun ajaran baru sehingga bank akan mendapatkan nasabah tabungan pendidikan baru setiap tahun ajaran baru.

2. Repeat order

Yaitu penawaran kembali kepada nasabah lama yang memiliki pembiayaan yang sudah lunas. Dimana dalam pembiayaan tersebut tidak ada kendala macet. Dapat juga menawari keluarga nasabah yang sudah bekerja sama dengan instansi untuk membukakan rekening tabungan untuk anggota keluarganya yang lain atau dapat juga menawari nasabah yang memiliki rekening tabungan lain.

Namun diantara beberapa strategi pemasaran produk tabungan pendidikan yang diterapkan BPRS ini masih terdapat beberapa hal yang perlu perhatian demi kelangsungan hidup perusahaan diantaranya

1. Masih kurang kuatnya perikatan yang dilalukan pihak bank kepada pihak instansi pendidikan sehingga dapat dengan mudah melepaskan diri
2. Kurangnya media promosi bagi produk tabungan pendidikan, khususnya dari media online yang kurangnya publikasi

3. Waktu pengambilan yang terlalu singkat dari termin pertama dan termin kedua karena masih kurang sesuai karena sebagai biaya pendidikan waktunya kurang bertepatan dengan tahun ajaran baru atau persemester.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari permasalahan pada BPRS PNM BINAMA Kantor Kas Mijen, diatas penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut;

1. Strategi pemasaran produk tabungan pendidikan pada BPRS PNM BINAMA Kantor Kas Mijen menggunakan segmentasi pasar, targeting, dan positioning. Serta mengembangkan marketing mix (bauran pemasaran) yang terdiri dari beberapa unsure seperti:
 - a. Produk
 - b. Harga
 - c. Place(Tempat)
 - d. Promotion(Promosi)
 - e. People (Orang)
 - f. Proses (Proses)
 - g. Bukti Fisik

Selain menggunakan acuan yang terdapat dalam marketing mix seorang marketing juga memiliki startegi sendiri dalam pemasaran produk tabungan pendidikan

pada BPRS PNM BINAMA Kantor Kas Mijen, diantaranya yaitu

- a. Adanya kerjasama dengan instansi pendidikan
- b. Reapeat order

Namun diantara beberapa strategi pemasaran produk tabungan pendidikan yang diterapkan BPRS PNM BINAMA Kantor Kas Mijen ini masih terdapat beberapa hal yang perlu perhatian demi kelangsungan hidup perusahaan diantaranya

1. Masih kurang kuatnya perikatan yang dilalukan pihak bank kepada pihak instansi pendidikan
2. Kurangnya media promosi bagi produk tabungan pendidikan, khususnya dari media online yang kurangnya publikasi
3. Waktu pengambilan yang terlalu singakat dari termin pertama dan termin kedua karena masih kurang sesuai karena sebagai biaya pendidikan waktunya kurang bertepatan dengan tahun ajaran baru atau persemester.

B. SARAN

Berdasarkan hasil praktik kerja lapangan yang dilakukan penulis pada BPRS PNM Binama Kantor Kas Mijen, tanpa mengurangi hormat kepada perusahaan , penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut,

1. Waktu penarikan dana oleh pihak nasabah perlu ditinjau kembali jarak antara termin waktu
2. Cover tabungan harap disesuaikan dengan pasar yaitu anak anak
3. Promosi lebih dimaksimalkan terlebih melalui media online

C. Penutup

Demikian penulisan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zainudin,. *Hukum Perbankan Syariah*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008
- Antonio, Muhammad Syafi'I, *Bank Syariah Teori Kepraktik*, Gema Insane Press, Jakarta, 2001.
- Fauzi, Mohammad, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Walisongo Press, Semarang, 2009
- Hasan,Ali, *Marketing Bank Syariah*, Ghalia Indonesia, Bogor;2010
- Hendro, *Dasar Dasar Kewirausahaan*, Erlangga, Jakarta, 2011
- Hermawan,Agus, *Komunikasi Pemasaran*, Erlanga, Jakarta ,2012
- Hermawan,Kertajaya Dan Muhammad Syakir Sulla, *Syariah Marketing*, Pt Mizan Pustaka, 2006.
- Karim, Adiwarman A, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, Rajawali Pers , Jakarta,2011
- Margono,S, *Metode Penelitian Pendidikan*,Rieneke Cipta, Jakarta, 1996
- Nur Rianto,M, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Alfabeta Bandung, 2012
- Hasibuhan, Malayu Sp, *Dasar Dasar Perbankan*, Pt. Jakarta Bumi Aksara, Jakarta, 2006
- Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan 3AD)*, Alfabeta, Bandung,2010
- Sutanto, Herry &Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah.*; Pustaka Setia, Bandung, 2013
- Sutisna, *Pelaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, Pt Remaja Rosdakarya, Bandung, 2003

Supranto, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, Mitra Wacana Media, Jakarta, 2011

Ummam,Khaerul, *Manajemen Perbankan Syariah*, Pustaka Setia, Bandung, 2013

Al Qura'an Dan Terjemahanya

Nur Hasan Mudzakir, '*Analisis Strategi Pemasaran Produk BMT Harapan Ummat Kudus*', Tugas Akhir, Semarang: Uin Walisonggo, 2014, T.D.

Mega Ratna Sari, '*Strategi Pemasaran Produk Tasaqur Di KJKS Binama Tlogosari Semarang*', Tugas Akhir; Uin Walisonggo, 2014, T.D

<http://digilib.uin-suka.ac.id/6905/1/BAB%201,V.pdf>, 3/4/ 2016, 14.34

<https://acankende.wordpress.com/2010/11/28/bank-perkreditan-rakyat-bpr-syariah/> 24/01/2016/10.56

file BPRS PNM Binama.7 /01/2016

Wawancara dengan sdri. Rizfa sebagai cs BPRS PNM BINAMA. pada 11 maret 2016

Percakapan saat wawancara dengan karyawan BPRS PNM BINAMA Kantor Kas Mijen

Monica : assallamualaikum wr.wb

Perkenalkan nama saya monica ardian mahasiswa dari uin waliisonggo, ingin meminta waktu anda sebentar dengan melakukan wawancara apakah anda berkenan?

Maaf saya berbicara dengan mbak siapa ini? Serta selaku apa di BPRS PNM BINAMA Kantor Kas Mijen ini?

Rizfah : iya bisa, saya dengan rizfah selaku customer servis di BPRS PNM BINAMA kantor kas mijen ini

Monica : langsung saja ya mbak saya ingin bertanya mengenai tabungan pendidikan serta bagaimana pemasarannya di perusahaan tempat mbak rizfah bekerja?

Apakah yang dimaksud tabungan pendidikan pada BPRS PNM BINAMA Kantor Kas Mijen ini?

Rizfah : Tabungan Pendidikan ini merupakan tabungan dengan akad mudharabah mutlaqoh yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan biaya pendidikan di masa datang

Monica : seperti apa mekanisme pembukaan tabungan pendidikan ini?

Rizfah : caranya mudah yaitu nasabah hanya perlu mengisi aplikasi pembukaan rekening, dengan melampirkan

fotocopy identitas diri (ktp) bagi nasabah yang masih duduk disekolah dasar maka pembukaan rekening tabungan atas nama orang tua, dengan hanya menyerahkan setoran awal minimal Rp. 10.000, serta penarikan dana hanya bisa diambil pada bulan juni hingga agustus dan oktober hingga desember namun penyetoran dana bisa kapan saja selama jam kantor.

Monica : strategi apa yang cocok digunakan untuk pemasaran tabungan pendidikan?

Rizfah : di BPRS PNM BINAMA Kantor Kas Mijen ini pemasaran yang digunakan menggunakan jemput bola yaitu marketing mendatangi nasabah langsung ketempat nasabah. Kita juga mengandeng beberapa instansi instasi di sekitar BPRS PNM BINAMA kantor kas mijen ini.

Monica : kenapa memilih menggunakan metoode pemasaran semacam itu?

Rizfah : ini dilakukan demi efisiensi saja karena pasti banyak orang yang ingin menabung namun terkendala dengan waktu sehingga kita membantu mereka dengan system semacam ini, namun juga bagus jika nasabah akan datang ke bank sendiri untuk menyerahkan dananya.

Monica : apakah terdapat kesulitan dalam menjalankan strategi pemasaran tersebut? Jika ada bagaimana?

Rizfah :saya rasa tidak ada ,namun jika nasabah terlalu jauh pihak kita juga akan memperhatikan efisiensi waktunya

Monica : apakah yang menjadi keunggulan produk tabungan pendidikan di BPRS PNM BINAMA ini?

Rizfah : keuntungannya ada beberapa hal yaitu

1. Aman karena dijamin oleh LPS
2. Bebas biaya bulanan
3. Bagi hasil sesuai prinsip syariah
4. Layanan pickup service
5. Nisbah bagi hasil setara dengan deposito jangka waktu 3 bulan =
34% : 66%
6. Dapatkan souvenir cantik setiap pembukaannya yaitu gantungan kunci
7. Kesempatan mendapatkan beasiswa dengan total senilai Rp. 1000.000,- untuk saldo Rp. 100.000 dan berlaku kelipatannya yang diundi pada bulan april

Monica : wah sangat mengiyurkan ya mbak keuntungannya. Lalu segmen segmen mana yang lebih tepat digunakan untuk pemasaran produk tabungan pendidikan ini?

Rizfah : kita lebih menekankan pada instansi instansi seperti pendidikan karena setiap tahun ajaran baru pasti kita akan mendapatkan nasabah nasabah yang baru juga dan ini berlaku secara berkelanjutan. Namun juga tidak menutup kemungkinan jika kita menawari nasabah yang sudah memiliki rekening tabungan lain

untuk ikut serta menabung dalam tabungan pendidikan ini.

Monica : apakah terdapat kesulitan dalam memasarkan produk tabungan ini?

Rizfah : kesulitan dalam pemasaran produk ini adalah tidak adanya *continuitas* dari nasabah tabungan dari instansi yang setelah lepas dari instansi. Walaupun ada yang masih meneruskan menabung setelah tidak pada instansi tersebut namun sangat jarang.

Monica : apakah terdapat trik trik khusus untuk menawarkan produk tabungan pendidikan ini dan kapan waktu yang tepat?

Rizfah : trik trik khusus tidak ada hanya perlu sigap dalam melihat peluang yang ada. Waktu yang tepat ya seperti pada saat tahun ajaran baru tadi.

Monica : bagaimana analisis kekuatan kelemahan peluang serta ancaman produk tabungan pendidikan pada BPRS PNM BINAMA Kantor Kas Mijen ?

Rizfah : kekuatannya yaitu bagi hasil lebih besar dari bank lain, serta terdapat hadiah beasiswa serta souvenir cantik. Kelemahannya yaitu *continuitas* dari nasabah yang sudah tidak pada instansi masih kurang, serta terkendala jika ada nasabah yang ingin mengambil dananya namun belum waktunya mengambil. Peluang dari tabungan ini cukup besar karena kita sudah ada kerjasama dengan beberapa instansi. Ancaman dari

produk ini adanya produk dari lembaga keuangan lain serta pengikatan instansi yang masih bisa lepas sewaktu waktu

Monica : bagaimana analisis kekuatan kelemahan peluang serta ancaman strategi pemasaran pada BPRS PNM BINAMA Kantor Kas Mijen ?

Rizfah : kekuatannya yaitu dengan pick up service ke instansi-instansi sehingga pemasukan akan lebih banyak, kelemahan jika ada nasabah yang ingin mengambil dananya memalui marketing harus memberikan kabar 1 hari sebelumnya sehingga membutuhkan waktu. Peluangnya kita bisa bersilaturahmi dengan nasabah tabungan pendidikan tersebut sehingga memiliki relasi yang luas. Ancaman dari strategi ini karena ada juga lembaga keuangan yang menggunakan system seperti ini.

Monica : bagaimana respon ,masyarakat denga adanya produk tabungan pendidikan ini?

Rizfah : responya baik karena terbukti tabungan pendidikan menduduki nomor 2 di antara produk Tabungan BPRS PNM BINAMA lainnya

Monica : Apakah terdapat inovasi inovasi lain untuk memasarkan produk tabungan pendidikan?

Rizfah : tentu ada waktu pengambilan dana sekarang menjadi 2 termin yang dahulu hanya satu termin waktu saja.

Monica : apakah terdapat unsure pemanfaatn tekhonogi dalam meningkatkan jumlah nasabah? Jika ada seperti apa?

Rizfah : iya ada kita juga menggunakan teknologi dijamin yang sudah canggih ini melalui media online seperti facebook dan kita juga berencana akan membuat web khusus .

Monica : terakhir mbak apakah harapan anda kedepannya untuk tabungan pendidikan?

Rizfah : harapan saya tabungan ini akan lebih bisa berkembang lagi dari sebelumnya serta akan lebih menarik lagi dari segi kemasannya.

Monica : terimakasih mbak atas waktu dan tenaganya yang telah membantu saya. assallamualaikum

Rizfah : iya sama sama.waalaikumsalam wr.wb.

FORMULIR IDENTIFIKASI NASABAH

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

PNMBismillahirrahmanirrahim
Harap diisi dengan huruf cetak

APLIKASI PEMBUKAAN REKENING

Disisi oleh bank	No. Base Nasabah	No. Rekening	
Jenis Pembukaan Rekening	<input type="checkbox"/> Tabungan Taharrah <input type="checkbox"/> Tabungan Pendidikan <input type="checkbox"/> Deposito		

A. DATA PRIBADI

1. Nama Lengkap

2. Tempat & Tanggal Lahir

3. Kartu Identitas / Tanda Pengenal
☐ KTP ☐ SIM ☐ Paspor ☐ Lainnya : No. (Copy terlampir)

4. Alamat sesuai Kartu Identitas

RT. RW. Kel. No.

Kode Pos Kota Propinsi

5. Alamat Surat Menyurat

RT. RW. Kel. No.

Kode Pos Kota Propinsi

6. Telepon
 Handphone Kantor

7. Kewarganegaraan
☐ WNI ☐ WNA Untuk WNA, sebutkan asal Negara

8. NPWP
☐ Ada ☐ Tidak ada

B. SUMBER DANA

9. Sumber Dana untuk Pembukaan Rek. ☐ 1 Tabungan Pribadi ☐ 2 Bisnis ☐ 3 Penjualan Investasi ☐ 4 Lainnya

10. Setoran Pertama
☐ Rp.

11. Tujuan Pembukaan Rek. pada Bank ☐ 1 Tabungan/Investasi ☐ 2 Usaha ☐ 3 Lainnya

C. KHUSUS NASABAH PERORANGAN

12. Pekerjaan ☐ 1 Pelajar/Mhs ☐ 2 Kary. Swasta ☐ 3 Peg. Negeri ☐ 4 TNI/Polri
☐ 5 Wirasaha ☐ 6 Lainnya

13. Bidang Usaha ☐ 1 Perdagangan ☐ 2 Produksi ☐ 3 Jasa ☐ 4 Lainnya

14. Alamat Pekerjaan

No. RT. RW. Kode Pos

Kota Propinsi

Jenis Usaha / Aktivitas

15. Status Perkawinan ☐ 1 Belum Menikah ☐ 2 Menikah ☐ 3 Janda/Duda

16. Pendidikan Terakhir ☐ 1 s/d SLTP ☐ 2 SMU ☐ 3 D-3 ☐ 4 S-1 ☐ 5 S-2 ☐ 6 S-3

17. Agama ☐ 1 Islam ☐ 2 Protestan ☐ 3 Katolik ☐ 4 Hindu ☐ 5 Budha

18. Penghasilan Tetap per-bulan ☐ 1 < Rp. 3 Juta ☐ 2 3 Juta -< 5 Juta ☐ 3 5 Juta -< 10 Juta ☐ 4 > 10 Juta

19. Penghasilan Tidak Tetap per-bulan ☐ 1 < Rp. 3 Juta ☐ 2 3 Juta -< 5 Juta ☐ 3 5 Juta -< 10 Juta ☐ 4 > 10 Juta

20. Pengeluaran Tetap per-bulan ☐ 1 < Rp. 3 Juta ☐ 2 3 Juta -< 5 Juta ☐ 3 5 Juta -< 10 Juta ☐ 4 > 10 Juta

21. Informasi bagaimana memperoleh Penghasilan Tambahan ☐ 1 Hasil Usaha ☐ 2 Hasil Sewa ☐ 3 Dividen ☐ 4 Investasi

22. Nama Ibu Kandung

D. KHUSUS NASABAH PERUSAHAAN / INSTANSI PEMERINTAH / BANK

23. Jenis Usaha / Aktivitas

24. Akta Pendirian Usaha ☐ Copy Terlampir

25. Ijin / Legalitas Usaha ☐ SIUP ☐ TDP ☐ Lainnya : No. ☐ Copy Terlampir

26. Pengurus Keuangan



27. Pengurus Perusahaan (terlampir)

No.	Nama	Jabatan	Alamat	No. Telepon
1				
2				
3				

28. Group Usaha (terlampir)

No.	Nama Perusahaan	Hubungan Usaha	Jenis Usaha	Alamat Usaha
1				
2				

29. Referensi oleh

E. DEPOSITO									
32 Nomor urut	Rp. Terbilang (.....)								
31 Jangka waktu	<input type="checkbox"/> 1 Bulan <input type="checkbox"/> 3 Bulan <input type="checkbox"/> 6 Bulan <input type="checkbox"/> 12 Bulan								
32 Bagi Hasil	<input type="checkbox"/> Kapitalisir <input type="checkbox"/> Pinbuk ke No. Rekening								
33 Diperpanjang Otomatis	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak								
F. PEMBAYARAN ZAKAT dan INFAQ SECARA OTOMATIS									
34 Apakah bagi hasil yang diterima akan dipotong ZAKAT 2,5% dan bagi hasil	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak								
35 Apakah Anda setiap bulan akan membayar INFAQ secara rutin	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak bila YA... disalurkan melalui: <input type="checkbox"/> BPRS FNM Binama <input type="checkbox"/> Lainnya								
Jumlah / Paket : Rp. Terbilang :									
G. PROGRAM PENJAMINAN : DISI/OLEH BANK									
36 PENJAMINAN OLEH LPS	<input type="checkbox"/> Dijamin <input type="checkbox"/> Tidak dijamin Pihak terkait dengan Bank <input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak								
H. AHLI WARIS									
Ahl waris yang ditunjuk oleh nasabah :									
37 Nama Ahli Waris								
38 Tempat & Tanggal lahir								
39 Hubungan Keluarga								
I. PERJANJIAN BAGI HASIL									
I. Data diatas selanjutnya disebut pihak I									
ii. Nama								
Jabatan	PT BPRS FNM Binama								
Alamat	di Semarang								
Selanjutnya disebut Pihak Kedua (2)									
Pihak Pertama (1) mengakukan permohonan untuk dapat disebut sebagai pemegang rekening tabungan / deposito mudharabah pada bank dengan 'ilm Mudharabah Muhtash / Mudharabah Musyadah' (Pihak Pertama (1) bersedia menaruh semua penarikan dan kestuntan yang dilakukan oleh Pihak Kedua (2), dengan pengendalian bagi hasil untuk Pihak Pertama (1) dan untuk Pihak kedua (2). Jika suatu saat Pihak Kedua (2) akan menaruh bagi hasil untuk Pihak Pertama (2), akan terjadi dan yang dilakukan saat ini, maka Pihak Pertama (1) menyetujui untuk dilakukan perubahan tersebut. (Perjanjian ini hanya berlaku untuk Tabungan dan Deposito)									
tempat : di Semarang, tanggal									
Pihak Pertama  Disini lengkap, Nama jelas dan Tanda Tangan Nasabah / Pemegang Kiblat	Pihak Kedua  Disini lengkap, Nama jelas dan Tanda Tangan Pejabat Bank								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 25%;">DIPROSES</td> <td style="width: 25%;">DIPERIKSA</td> <td style="width: 25%;">DISETUJUI</td> <td style="width: 25%;">TANGGAL / JAM</td> </tr> <tr> <td style="height: 40px;"></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		DIPROSES	DIPERIKSA	DISETUJUI	TANGGAL / JAM				
DIPROSES	DIPERIKSA	DISETUJUI	TANGGAL / JAM						

TABUNGAN SETARA DEPOSITO

Tabungan pendidikan adalah tabungan dengan akad Mudharabah Murabahah yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan biaya pendidikan di masa datang.

Syarat dan Ketentuan

1. Mengisi Aplikasi Pembukaan Rekening
2. Melampirkan Fotocopy Identitas Diri (KTP)
3. Setoran Awal Minimal Rp. 10.000,-
4. Bagi nasabah yang masih duduk di bangku Sekolah Dasar, maka pembukaan rekening tabungan diatas namakan orang tuanya
5. Penarikan bunga dapat dilakukan mulai bulan Mei s.d Agustus

Keuntungan

1. Aman karena dijamin LPS
2. Bebas biaya administrasi bulanan
3. Bagi hasil sesuai prinsip syariah
4. Layanan Pick Up Service
5. Nisbah bagi hasil setara deposito jangka waktu 3 bulan = 40% - 60%
6. Dapatkan souvenir cantik untuk setiap pembuatannya
7. Keuntungan mendapatkan basisnya dengan total nilai Rp. 1.000.000,- untuk saldo Rp. 100.000,- dan berlaku kelipatannya

PT Bank Pembangunan Jaya Syariah
PNM Binama

TAHARAH

Adalah produk Tabungan yang menggunakan akad mudharabah yaitu akad kerjasama antara "Shohibul Maal" (pemilik dana / penabung) dengan "Mudhorib" (BPRS PNM Binama) yang dalam kerjasama ini berlaku bagi hasil sesuai dengan Nisbah yang disepakati dan dihitung berdasarkan rata-rata pengendapan harian.

Syarat Mudah

1. Mengisi Aplikasi Pembukaan Rekening
2. Melampirkan Fotocopy Identitas Diri (KTP)
3. Setoran Awal Minimal Rp. 10.000,- untuk perorangan dan Rp. 25.000,- untuk badan usaha

Keuntungan

1. Aman karena dijamin LPS
2. Bebas biaya administrasi bulanan
3. Bagi hasil sesuai prinsip syariah
4. Layanan auto debet
5. Layanan pick up service
6. Nisbah bagi hasil 35 % : 65 %

**AYO... TINGKATKAN SALDO TABUNGAN ANDA!!!
DAN RAIH HADIAHNYA...,
SETIAP SALDO RATA-RATA Rp. 1.000.000
AKAN MEMPEROLEH 1 POIN UNDIAN
DAN KELIPATANNYA**

Kantor Pusat

• Jl. Atri Satrio Hatta No 9 Semarang
Telp/Fax 024 76729706, 024 76729707

Kantor Kas

• Bulko Japari Indah Blok C No 9 Majen Semarang Telp/Fax 024 76672407
• Jalan Ngasrep Timur V No 100 C Banyuwangi Semarang Telp/Fax 024 74663252



PT Bank Pembangunan Syariah
PNM Binama

Apakah Anda MEMBUUTUKAN DAMA Untuk Kebutuhan...??

- Beli Motor, Mobil,
- Beli Laptop, Komputer,
- Beli / renovasi rumah,
- Modal Usaha,
- Sewa Tempat Usaha,
- Biaya Sekolah



- Sangat mudah • Proses cepat • Murni & bagi hasil bersaing
- Mudah sesuai syariah (muzababah, mudharabah, ijarah & mudharabah)

SYARAT :

- Fotocopy KTP suami & istri (2 lembar)
- Fotocopy kartu keluarga
- Rekening bank, tlp, PAM
- Slip gaji & rek. tabungan
- Fotocopy jaminan (BPKS / sertifikat tanah)

(untuk jaminan sertifikat diampirkan : PBB)

Hutang



PT Bank Pembangunan Syariah
PNM Binama

TABUNGAN IB JUMROH

Tabungan Haji & Umroh Mudharabah



- ☒ Berdasarkan Prinsip Syariah
- ☒ Bebas Administrasi Bulanan
- ☒ Bagi Hasil Kompetitif
- ☒ Diamin oleh LPS

Tabungan IB JUMROH (Tabungan Haji & Umroh Mudharabah) adalah jenis tabungan dana pihak ketiga (perorangan) di PT BPRS PNM Binama yang diperuntukan bagi nasabah yang berniat melaksanakan Haji atau Umroh sesuai dengan kemampuan dan jangka waktu yang ditentukan

PT Bank Pembangunan Syariah
PNM Binama

Kantor Pusat:
Jl. Arteri Sokoarno Hata No. 9 Semarang
Telp/Fax : 024 - 767 29706, 024 - 767 29 707

Kantor Kas :
Ruko Jatiwini Indah Blok C No. 2 Jatiwini Semarang
Jl. Ngasop Timur No. 110 C Banyuwani Semarang
Telp/Fax : 024 - 7466 355

Deposito Mudharabah adalah Deposito dengan akad antara pemilik dana sebagai “**Shohibul Maal**” (nasabah/pemilik dana) dengan Bank sebagai pengelola dana atau “**Mudhorib**” untuk mengelola dana dan memperoleh laba serta dibagi sesuai nisbah yang disepakati.

Syarat Mudah

1. Mengisi Aplikasi Pembukaan Rekening
2. Melampirkan Fotokopi Identitas Diri (KTP)
3. Setoran Minimal Rp. 1.000.000,-

Keuntungan

1. Aman karena dijamin oleh LPS
2. Bebas biaya administrasi bulanan
3. Bagi hasil sesuai prinsip syariah Islam
4. Bagi hasil kompetitif dan menguntungkan



Daftar Nisbah Bagi Hasil Deposito Sebagai Berikut :

Jangka Waktu	Shohibul Maal	Bank
1 Bulan	25 %	75 %
3 Bulan	34 %	66 %
6 Bulan	38 %	62 %
12 Bulan	42 %	58 %

Dapatkan cinderamata menarik untuk setiap pembukaannya

Ketentuan

1. Deposito yang mendapat cinderamata adalah jangka waktu 6 bulan dan 12 bulan.
2. Jenis, nilai dan penyerahan cinderamata diatur sesuai ketentuan bank.
3. Pencairan deposito sebelum jatuh tempo dikenakan evaluasi nisbah bagi hasil dan cinderamata sesuai ketentuan bank.

PT Bank Pembangunan Rakyat Syariah

PNM

SLIP PENARIKAN

Tanggal :

PB/F/07/KAS/3

☐ Tabungan ☐ Deposito ☐

No Rekening :

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Atas Nama :

--

Sejumlah :

Rp.

Terbilang :

--

*Jumlah di atas telah diterima
dengan benar*

Penerima

Penarik

PT Bank Pembangunan Rakyat Syariah

PNM *Binama*

BUKTI PENYETORAN

PB/F/07/KAS/1

Nomor Rekening : <table border="1" style="display: inline-table; width: 150px; height: 15px;"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																					
Atas Nama : <table border="1" style="display: inline-table; width: 250px; height: 15px;"><tr><td></td></tr></table>																					
<input type="checkbox"/> Tab. TAHARAH <input type="checkbox"/> Deposito <input type="checkbox"/> Tabungan <input type="checkbox"/> Simpanan Amanah <input type="checkbox"/>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Tunai</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr> <td>Jumlah</td> <td></td> </tr> </table>	Tunai								Jumlah											
Tunai																					
Jumlah																					
Terbilang : <table border="1" style="display: inline-table; width: 250px; height: 15px;"><tr><td></td></tr></table>																					
Checker	Back Office	Teller	Tanggal	Penyetor																	

Souvenir pembukaan rekening berupa gantungan kunci



No : 3/BPRS PNM Binama/VII/2013 Semarang, Ramadhan 1434 H
Hal : **Informasi dan Penawaran**
2015 M

16 Juli

Produk tabungan

Kepada Yth,

Kepala Sekolah SMP Hasanudin 04

Cangkiran- Mijen

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Salam sejahtera untuk kita semua

Segala puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karuniaNya.

Bersama surat ini perkenalkan kami dari manajemen PT. BPRS PNM BINAMA, sebuah lembaga keuangan berbasis syariah yang berlokasi di kota Semarang, bermaksud untuk menawarkan produk tabungan dan deposito baik yang diperuntukkan untuk para siswa, guru maupun guna penempatan dana taktis instansi. Adapun jenis dan macam tabungan yang kami tawarkan adalah:

1. Tabungan Pendidikan
2. Tabungan TAHARAH (Tabungan Harian Mudharabah)
3. Deposito

Mengenai spesifikasi manfaat dan keunggulan serta prosedur dan ketentuan dari masing-masing produk dapat dilihat di lembar lampiran yang kami sertakan. Selain itu kami juga menawarkan produk pembiayaan (pinjaman) untuk para guru dan karyawan dengan mekanisme potong gaji.

Demikian surat penawaran ini kami sampaikan. Sebagai pertimbangan lebih lanjut kami bersedia diundang untuk presentasi atau bisa datang langsung ke kantor terdekat kami di ruko Jatisari indah blok C No.9 Mijen Semarang telp, 024 76672407/ 085718062898 (Marketing).

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

PT.BPRS PNM BINAMA

Dadan Herdhian

Kepala Kantor Kas Mijen

Daftar Riwayat Hidup

DATA PRIBADI

Nama lengkap : Monica Ardian
Tempat dan tanggal lahir : Bekasi, 12 Maret 1995
Jenis kelamin : wanita
Agama yang dianut : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat tinggal : Jl. Menjangan Barat No26
Semarang
Telepon : 085600070315

PENDIDIKAN FORMAL

SD Palebon 04 Semarang, Lulus pada tahun 2007 (Ijazah)
SMPN 14 Semarang, Lulus pada tahun 2009 (Ijazah)
MAN 1 Semarang, Lulus pada tahun 2013 (Ijazah)

Semarang, 16 Juni 2016

Penulis,

Monica Ardian